

รายงานฉบับสมบูรณ์

ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปีด
จังหวัดเชียงราย

คณะผู้วิจัย

สุพรรณนิการ์ ขวัญเมือง
เบญจวรรณ โมกมล

สังกัด

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ชุดโครงการการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
กลุ่มจังหวัดล้านนา

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นโดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อพัฒนาอาจารย์ผู้การเป็นนักวิจัยรุ่นใหม่และเพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นฐานข้อมูลการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณะกรรมการ และ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้ประสานงานกลุ่มงาน พัฒนาและท่องเที่ยวเชิงพื้นที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่อนุมติงบประมาณ และให้ คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ด้านงานสนับสนุนงานวิจัยทั้งด้านการสอนวิธีการวิจัย และข้อแนะนำที่เป็น ประโยชน์อย่างยิ่งต่อการงานวิจัย ทำให้งานวิจัยนี้แล้วสำเร็จเรียบร้อยด้วยดี

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งสำหรับการเอื้อเฟื้อ ความอนุเคราะห์ และคำแนะนำ ด้านข้อมูล เอกสาร และแนะนำคณะผู้วิจัยสู่กลุ่มธุรกิจผู้ประกอบการสปา ได้แก่

คุณสุพัฒน์ แก้วรัตนกร ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดเชียงราย

คุณนันทวัน โกพัฒตรา วิทยากรผู้สอนการนวดสปา ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัด เชียงราย

คุณพิมระพรรณ คุรุขยัน ผู้จัดการสปา โรแมนติกสปา ไรต์สปาร์ท แอนด์ สปา

ภก. นัฐพงษ์ สมศักดิ์ กลุ่มงานธุรกิจ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย

คุณรัชณี บุรณะกิจไพบูรณ์ กองสนับสนุนธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เชียงราย

นอกจากนี้คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้จัดการสปา ผู้ประกอบการสปา ผลิตภัณฑ์สปา และเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ให้เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูล และขอบคุณ การทำอากาศยานจังหวัดเชียงราย ที่อนุญาตให้คณะผู้วิจัยเข้าไปเก็บรวบรวม แบบสอบถามนักท่องเที่ยวภายในสนามบินนานาชาติเชียงรายได้ และมัคคุเทศก์ที่ช่วยเหลือ ถ่ายทอดข้อความระหว่างการทำแบบสอบถามสำหรับชาวต่างประเทศ

สุพรรณนิการ์ ขวัญเมือง

เบญจวรรณ โมกมด

5 กรกฎาคม 2550

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษาโครงการศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2548 – มิถุนายน พ.ศ.2549 โดยคณะวิจัยได้สำรวจและศึกษาสภาพแวดล้อมและบริบทของธุรกิจสปา จากการสำรวจ 3 มิติ คือ ศักยภาพของผู้ประกอบการ ความต้องการของนักท่องเที่ยว และฝ่ายสนับสนุนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนให้ธุรกิจสปาให้สามารถพัฒนาสู่ระดับสากล โดยสำรวจเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการสปา

หลักการและเหตุผล

จากการประเทศไทย ได้รับการยกย่องว่า สปาไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุดในภูมิภาคเอเชีย เป็นเหตุให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประกาศนโยบายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายใน พ.ศ.2547 – 2551 และเป็นเมืองหลวงของสปาเอเชีย ภายในปี พ.ศ.2551 นั้น แต่ละจังหวัดโดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ จำเป็นต้องสำรวจเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจสปาของตนและต้องศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อจะกำหนดแนวทางในการบริหารและดำเนินการสปา รองรับการประชุมสัมพันธเชิงรับด้านการท่องเที่ยวเชิงสปา และหาแนวทางและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยการวิจัยมีประเด็นคำถามดังนี้

1. ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร
2. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่อย่างไร
3. นักท่องเที่ยวมองบริการธุรกิจสปาเป็นอยู่อย่างไร และอยากได้อะไร
4. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแข่งขันในระดับสากล

2. เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย

ภาพรวมของธุรกิจสปา จังหวัดเชียงราย

จากวิสัยทัศน์ของจังหวัดเชียงรายที่ว่า เชียงรายประตูทองของวัฒนธรรมล้านนาสู่การค้าสากล และภายใต้การปกครองโดยระบบผู้ว่า CEO ที่ตอบรับนโยบายด้านการพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสปานั้น ก่อให้เกิดหน่วยงานที่จะสนับสนุนธุรกิจสปา ได้แก่หน่วยธุรกิจบริการสุขภาพ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นหน่วยงานประสานงานที่นอกเหนือจะสร้างการร่วมมือและการถ่ายทอดด้านความรู้ระหว่างหน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการสปา นวดสมุนไพร แล้ว ยังก่อตั้งชมรมสปา ซึ่งได้เริ่มประชุมนำร่องเพื่อการจัดกลุ่ม (Cluster) เพื่อการพัฒนาธุรกิจการบริการสุขภาพ ซึ่งประกอบจากธุรกิจสปา นวด และผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพร และในจังหวัดมีสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพ ประกอบด้วย

1. การบริการทางการแพทย์และทันตแพทย์
2. การบริการด้านนวดและสปาเพื่อสุขภาพ
3. การผลิตสินค้าสมุนไพรที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

ประเภทสถานบริการสปาในจังหวัดเชียงราย

1. แบบ Resort /hotel Spa มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 6 แห่ง แต่ขณะทำการศึกษามี 1 แห่งปิดชั่วคราว เนื่องจากเป็นช่วง Low season
2. แบบ น้ำพุร้อน จำนวน 4 แห่ง
3. แบบ Amenity Spa จำนวน 2 แห่ง ซึ่งอยู่ระหว่างกำลังดำเนินการและให้บริการบางส่วน
4. แบบ Day Spa จำนวน 1 แห่ง
5. แบบ Destination Spa จำนวน 1 แห่ง ซึ่งการให้บริการเพื่อสุขภาพในสถานพยาบาลส่วนใหญ่เป็นแบบกายภาพบำบัด การนวด และอบสมุนไพร
6. แบบ Salon Spa ซึ่งมีจำนวนมาก เป็นผู้ประกอบการรายย่อย

โดยมีสถานประกอบการเพียง 3 แห่งที่ได้รับใบรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุข นอกนั้นยังอยู่ระหว่างการเตรียมการ ซึ่งส่วนใหญ่ยินดีต่อการกำหนดมาตรฐานและการกระตุ้นของภาครัฐ

สภาพแวดล้อมการแข่งขันของธุรกิจสปา

จากจำนวนและประเภทสปาที่ได้เปิดให้บริการแล้วนั้นยังจำนวนไม่มาก และแต่ละแห่งได้มีการวางตำแหน่งทางธุรกิจ (Position Map) ขนาด ที่ตั้ง และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Target Group) อย่างชัดเจน จึงมีสภาพการแข่งขันไม่มาก แต่จะมีการแย่งส่วนแบ่งการตลาดไปบ้างจากธุรกิจนวดไทย และธุรกิจเสริมสวย โดยรูปแบบการประกอบการ จะขึ้นอยู่กับความสนใจและแนวคิดของเจ้าของธุรกิจและสภาพทางการเงิน โดยจะพยายามสร้างวัฒนธรรม และภาพลักษณ์เฉพาะตัว

การกำหนดระดับการให้บริการ ใช้ปัจจัยด้านสถานที่เป็นหลัก พิจารณาจากกลุ่มราคาของเมนูสปา

การดำเนินการ และเป็นสถานที่บำบัด กายภาพ และนวด โดยมาก Hotel/ resort spa จะตั้งห่างจากตัวเมือง แต่กระจายตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ

ผู้จัดการสปา ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญ และมีลักษณะของการหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ และอยู่ระหว่างการดำเนินการ ขอใบรับรองอนุญาตมาตรฐานสถานประกอบการ และผู้ให้บริการสปา สังเกตจาก ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการสปา ได้เข้าร่วมและมีบทบาทในชมรมสปา และเข้าร่วมการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่หน่วยธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ได้จัดเสมอ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสปา และหน่วยงานสนับสนุน เพื่อวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อนของอุตสาหกรรมสปาใน จังหวัดเชียงราย

โอกาสของธุรกิจสปา

1. นโยบายรัฐบายที่ให้ภายในปี พ.ศ. 2551 ประเทศไทย จะเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย และได้กำหนดให้ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดที่โดดเด่นด้านสปา ทำให้เกิดโอกาสให้มีนักท่องเที่ยวบางส่วนแวะเข้ามาท่องเที่ยว และก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้นักธุรกิจหันมาให้ความสนใจสปาในจังหวัดเชียงรายมากขึ้น

2. การที่จังหวัดเชียงรายมีสนามกอล์ฟที่ขึ้นชื่อดีที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย

3. ความนิยมในการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติมีมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่หลากหลายมีความดึงดูดต่อนักท่องเที่ยว

4. ภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองด่าน การค้าชายแดน ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

5. ด้านความพร้อมด้านแหล่งให้ความรู้และการศึกษา ซึ่งมีสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยอย่างน้อย 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ที่มีหลักสูตรด้านการให้บริการด้านสุขภาพ และมีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถสร้างบุคคลากรที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้ นอกจากนี้ ยังมีโรงเรียนประเภทสถานบริบาล ไม่น้อยกว่า 3 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง และมีโรงเรียนสอนนวดที่ได้รับมาตรฐานหลักสูตร เป็นสอนจำนวนมาก จึงทำให้จังหวัดเชียงราย มีพนักงานที่มีความรู้พื้นฐานที่ดี

อุปสรรคของธุรกิจสปา

1. โครงสร้างพื้นฐาน ที่ยังไม่สมบูรณ์ การไหลเข้าของนักท่องเที่ยว มี 2 ทางคือ ทางถนนและทางเครื่องบิน โดยที่ทางถนน เส้นทางยังโค้งคดเคี้ยว และจำนวนเที่ยวบินยังมีไม่มาก ทำให้เกิดลักษณะคอขวด (Bottle neck) ในขาเข้า

2. ตลาดธุรกิจสปา เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Niche market) ดังนั้น การทำการตลาด จึงมีความยาก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้เพื่อสร้างเมนูสปาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งค่าอบรมมีราคาสูง และหลักสูตรระดับสูงยังต้องเชิญวิทยากรจากภายนอก

3. สปารายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้ได้ยาก เนื่องจากต้นทุนสูง เพราะการวางตำแหน่งธุรกิจเพื่อสร้างราคาเพิกเกจราคาสูง สถานประกอบการต้องตกแต่งและให้เครื่องมือที่มีมาตรฐาน

4. ผู้รับบริการมีความจงรักภักดีกับสปาในจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน เนื่องจากเกิดมาก่อน

จุดแข็งของธุรกิจสปา

1. ชื่อเสียงการให้บริการสปาของภูใจใสสปา ทำให้นักท่องเที่ยวทยอยอมรับสปาเชียงราย
2. จังหวัดเชียงราย มีทรัพยากรธรรมชาติ และมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดี ดึงดูดและน่าสนใจ
3. รูปแบบการให้บริการแบบล้านนา เป็นที่ได้รับความนิยม
4. จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่และลักษณะภูมิอากาศที่สามารถปลูกสมุนไพรตลอดทั้งปี จึงมีสมุนไพรสดเป็นผลิตภัณฑ์สปา

จุดอ่อนของธุรกิจสปา

1. จำนวนของผู้ให้บริการสปา ยังมีไม่มากเมื่อเทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน อีกทั้งยังไม่มีหลากหลายของรูปแบบการให้บริการ

2. ผู้ให้บริการสปาที่มีขนาดเล็ก และประเภท Hotel/resort spa ส่วนมากเป็นรายใหม่ อยู่ระหว่างช่วงการแนะนำ
3. ผู้ประกอบการสปายังขาดการร่วมมืออย่างเป็นทางการ ระหว่างผู้ประกอบการสปา และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
4. ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ที่ไม่สามารถแยกความแตกต่างหรือไม่เข้าใจ ระหว่างการรับบริการสปา และการนวดไทย ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อน ซึ่งส่วนใหญ่คิดว่า สปาไทย คือ การนวดไทย
5. ผู้เชี่ยวชาญด้านสปา ภายในจังหวัดมีจำนวนน้อย การให้ความรู้ต่างๆ ต้องเดินทางไปอบรม หรือต้องมีค่าใช้จ่ายสูง
6. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา จำพวกอุปกรณ์ตกแต่ง ที่ไม่มีแหล่งวัตถุดิบ หรือหาได้ยาก ซึ่งที่จังหวัดเชียงใหม่หาได้ง่ายกว่า

แนวทางในการดำเนินการ

เนื่องจากสปาในจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นช่วงเริ่มต้น ย่อมเกิดปัญหาซึ่งทางภาครัฐบาลได้กำหนดให้มีหน่วยพัฒนาธุรกิจสปา ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ หน่วยธุรกิจบริการ สำนักงานจังหวัด และกรมพัฒนาแรงงานฝีมือจังหวัดเชียงใหม่

1. ปัญหาด้านบุคคลากร ได้แก่

- 1.1 ปัญหาการขาดแคลนนักบำบัด
- 1.2 ความสามารถด้านการภาษาเพื่อการสื่อสาร เช่น ภาษาอังกฤษ
- 1.3 ด้านเครือข่ายเพื่อพัฒนาธุรกิจสปายังไม่สามารถสื่อสารการให้ข้อมูลเพียงพอ และทันเวลา

2. ด้านการบริหารงาน

- 2.1 การดำเนินธุรกิจสปา มีการนวดเป็นกิจกรรมหลัก จึงมีความยาก ในการสร้างความแตกต่าง
 - 2.2 ผู้ประกอบการยังไม่สามารถรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้ผลิต และรวมตัวเพื่อสร้างความเข้มแข็ง เนื่องจากส่วนใหญ่ยังอยู่ระหว่างการก่อตั้ง
 - 2.3 ยังมีความวิตกกังวล และไม่เห็นความจำเป็นต่อการขอใบอนุญาตใบรับรองมาตรฐาน และการทำการตลาดเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานสปายังไม่เป็นที่แพร่หลาย
- จากคำถามงานวิจัย สามารถตอบคำถามได้ดังนี้

1. ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

1.1 ความพร้อมของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงราย เมื่อพิจารณาการจัดการภายในหน่วยธุรกิจสปาจากลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) ส่วนใหญ่พบว่า

1. การจัดซื้ออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สปาต่างๆ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากจังหวัดอื่นได้แก่ กรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่ ซึ่งมีราคาสูงกว่าและมีหลากหลายมากกว่า

2. เนื่องจากสถานที่แต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน และการคมนาคมสาธารณะยังไม่สะดวก แต่บริษัทนำเที่ยวและให้บริการรถเช่ามีจำนวนมาก ดังนั้นหากมีการร่วมมือในลักษณะแบ่งทรัพยากรร่วมกันจะช่วยเอื้ออำนวยประโยชน์

และจากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เพื่อประเมินศักยภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้ทราบประเด็นด้านศักยภาพดังนี้

1.2 ศักยภาพของธุรกิจสปาในเชียงราย โดยสามารถจัดประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านผู้ให้บริการ

1. ด้านผู้ให้บริการ ซึ่งการมีจำนวนผู้ให้บริการซึ่งมีจำนวนน้อย และมีความแตกต่างอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบ การวัตถุประสงค์การให้บริการ

2. พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งนิยมจ้างคนท้องถิ่น ซึ่งมีทักษะด้านภาษาอังกฤษได้ไม่มากนัก แต่จังหวัดเชียงรายมีจำนวนสถาบันการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษาและเตรียมอุดมศึกษาที่สามารถผลิตฝีมือแรงงานระดับพื้นฐานได้เพียงพอ แต่ขาดฝีมือแรงงานระดับสูง ซึ่งปัจจุบัน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด ที่จะจัดอบรมทั้งในและนอกจังหวัด ทำให้ต้องลงทุนด้านการศึกษาและค่าเดินทาง ทำให้ต้นทุนเริ่มต้นค่อนข้างสูง

3. ผู้ให้บริการ เจ้าของ หรือผู้จัดการสปาในจังหวัดเชียงราย มีความสนใจ ตั้งใจในการให้บริการสปาและตอบรับการเข้าระบบใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการสปา ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการพัฒนาเพื่อเข้าร่วมโครงการ

2. ฝ่ายสนับสนุน (Support side)

1. การที่รัฐบายนได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ว่าราชการฯ รับมาปฏิบัติ และได้พยายามหาจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ทำให้ผู้ประกอบการจึงได้รับการสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆอยู่เสมอ จากหน่วยงานที่สนับสนุนได้แก่ กองสนับสนุนธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน

2. ด้านการจัดการและพัฒนาบุคคลกร ซึ่งมีสถาบันการศึกษาระดับ อุดมศึกษา จำนวน 2 แห่ง ที่มีนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งมี 2 แห่ง ซึ่งพร้อมจะให้ความรู้ แก่ผู้ให้บริการ

3. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงรอยที่มีทรัพยากรธรรมชาติสมบูรณ์ มีประวัติศาสตร์และเป็นเมืองวัฒนธรรมจำนวนมาก ซึ่งล้วนแต่เป็นการท่องเที่ยวที่บำบัดด้านจิตใจ เป็นอย่างดี

4. โครงการและกิจกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ซึ่งเชียงรายกำลังพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมเพื่อเป็นประตูสู่กลุ่มประเทศอนุภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (Greater Maekong Sub-region: GMS) ด้านการประปา ซึ่งเชียงรายมีน้ำใช้ตลอดทั้งปี ซึ่งสามารถหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ

และจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวด้านความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การให้บริการรวดเร็ว
2. การให้บริการเพื่อสุขภาพ
3. การให้บริการของพนักงาน
4. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ
5. วิธีการเข้าไปใช้บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการ ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และความดึงดูดใจ

พบว่า การให้บริการของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้รับบริการชาวไทยมีความรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ยกเว้นความคาดหวังด้านการให้บริการเรื่องการรวดเร็วด้วยน้ำมันหอมระเหย การรวดเร็วเพื่อสุขภาพ ด้านการกีฬา ที่ผู้รับบริการชาวไทย มีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความรู้สึกพึงพอใจส่วนใหญ่แล้วเกินกว่าความคาดหวัง

แสดงให้เห็นว่าลักษณะการให้บริการและการรับรู้ข้อมูลการให้บริการสปาในแต่ละประเทศมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีความแตกต่างกันมากโดยเฉพาะลักษณะการให้บริการ และสนับสนุนบทความที่ว่า ประเทศไทยมีลักษณะสปาที่เป็นที่นิยมของคนทั่วไป

2. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่อย่างไร

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานบริการ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14 ถือว่าน้อย ซึ่งเป็นเพราะอยู่ระยะเริ่มต้น แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยินดีปฏิบัติและยังอยู่ระหว่างการขอขึ้นขอใบรับรอง

ในทุกด้านของการพิจารณามาตรฐานสปา ได้แก่ ด้านสถานประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ด้านผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่คนนิยมมาท่องเที่ยว ดังนั้น ส่วนใหญ่เป็นสปาจึงเป็นองค์ประกอบหลักหรือเสริมในโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อเพิ่มคุณค่าของโรงแรมและรีสอร์ทนั้น ที่มีการลงทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการก็พร้อมและยินดีที่จะส่งเสริมบุคลากรและปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานตามที่รัฐบาลจะกำหนด

การหาเกณฑ์มาตรฐานของจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการยินดีและเห็นด้วยกับนโยบายของภาครัฐบาล ซึ่งแต่เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการรับบริการสปาที่มีหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะเวลาการท่องเที่ยว และระดับราคา จึงไม่สามารถที่จะประเมินมาตรฐานสปาที่มีขนาด และรูปแบบแตกต่างกันโดยใช้มาตรฐานกำหนดเดียวกันได้ จึงควรมีการแบ่งและจัดระดับสปา เช่นเดียวกับโรงแรม เพื่อที่นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสามารถจำแนกถึงคุณภาพ ต้นทุน ราคาขาย ในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย

3. นักท่องเที่ยวมองบริการธุรกิจสปาเป็นอยู่อย่างไร และอยากได้อะไร

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงรายเกินกว่าระดับความคาดหวัง แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความคาดหวัง แต่โดยรวมแล้วไม่ได้ต่ำกว่า ร้อยละ 80 ถ้าว่าการให้บริการปัจจุบันดำเนินการไปได้ด้วยดี และเนื่องนักท่องเที่ยวยุโรปจะมีอำนาจการซื้อมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ถ้าวัดที่ปริมาณการซื้อ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะมากกว่า คือเน้นราคาแพคเกจที่ต่ำกว่า ซึ่งความต้องการที่มีต่อธุรกิจสปา สรุปได้คือ

1. นักท่องเที่ยวต้องการบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด โดยอาศัยหลักการของไทย เช่นการนวดไทย การใช้วิถีของไทย สมุนไพรไทย ธุรกิจสปาจึงควรสร้างรูปแบบการบริการสปาควบคู่กับการใช้ผลิตภัณฑ์สปาไทย ที่ต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีสภาพแวดล้อมที่ดี และมีบุคคลกรที่มีความชำนาญ ซึ่งนักท่องเที่ยวมองว่าเชียงรายยังขาดสิ่งเหล่านี้ แต่เมื่อได้มาลองใช้บริการแล้ว กลับพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความไม่สมบูรณ์ด้านการสื่อสาร การใช้ข้อมูล หรือการประชาสัมพันธ์

2. นักท่องเที่ยว ตระหนักถึงความปลอดภัย และได้รับการรับรองเรื่องการให้บริการดังนั้น แนวทางในการจัดทำ ได้แก่ การเข้าร่วมโครงการของสำนักงานสาธารณสุข เรื่องมาตรฐานสถานประกอบการ ความปลอดภัยในเครื่องมือและอุปกรณ์หรือกระบวนการที่นำไปให้บริการ ซึ่ง นักท่องเที่ยวจะรับรู้จากคำแนะนำของพนักงานสปา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรต้องให้ความสำคัญ ต่อการนำเสนอ โดยยึดหลักจริยธรรม และการทำวิจัยหรือคัดเลือกกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

4. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย มีการพิจารณาเลือกบริการสปา โดยพิจารณาเรื่องราคาของ รูปแบบให้บริการและต้องการกรรมกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อการบำบัด และสนใจเรื่องการเดินทาง ความสะดวกในการคมนาคมและการเข้าถึง และการมี อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีมาตรฐานหรือได้รับการรับรองจากภาครัฐบาล โดยการ เลือกรูปแบบการให้บริการพิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบหรือมีวิธีการใหม่ ด้วยเทคนิคหรือ วิธีการให้บริการ ซึ่งรูปแบบนี้ สามารถทำได้ง่ายสำหรับ รูปแบบสปาแบบ Day spa

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีการพิจารณาเลือกสปา โดยพิจารณาจากขนาดของ สถานประกอบการ เครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และได้มาตรฐานหรือได้รับการ รับรองจากรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์การรับบริการสปาเหมือนคนไทย คือเพื่อส่งเสริมส่งเสริมสุขภาพ และใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรและรูปแบบเป็นแบบไทย เช่นการนวดไทย ซึ่งรูปแบบนี้ สามารถ เข้าข่ายประเภท Resort/ hotel spa

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0033

ชื่อโครงการ : ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : สุพรรณนิการ์ ขวัญเมือง, เบญจวรรณ โมกมล

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

E-mail Address: s_beau29@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 – 30 มิถุนายน 2549

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพื่อการแข่งขันในระดับสากล และเพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหรือตำราที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ ลักษณะการดำเนินงานขององค์ประกอบภาคธุรกิจโดยได้แบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ผ่านการประเมินได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพ จากกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 3 แห่ง และผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงหรือมีการประกอบกิจการเป็นเวลานาน กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยว โดยขนาดกลุ่มตัวอย่าง ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน (ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5) และ ชาวต่างประเทศ 100 คน (ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10) และกลุ่มที่ 3 ผู้สนับสนุนภาครัฐบาลหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัดเชียงราย หน่วยธุรกิจบริการสำนักงานจังหวัด และ กรมพัฒนาแรงงานฝีมือจังหวัดเชียงราย

ศักยภาพของธุรกิจสปาในเชียงราย โดยสามารถจัดประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านผู้ให้บริการ ประเภทสถานบริการสปาในจังหวัดเชียงราย ส่วนมากเป็นแบบ Resort/hotel Spa มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 6 แห่ง แต่ขณะทำการศึกษามี 1 แห่งปิดชั่วคราว เนื่องจากเป็นช่วง Low season และเป็นแบบ น้ำพุร้อน ,Amenity Spa, Day Spa, Destination Spa ซึ่งเปิดบริการเพื่อสุขภาพในสถานพยาบาลเพื่ออนแบบกายภาพบำบัด การนวดและอบสมุนไพร และแบบ Salon Spa ซึ่งส่วนมากพัฒนามาจากร้านเสริมสวย และมีเพียง 3 แห่งที่ได้รับใบรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุข อีกประมาณ 16 แห่ง อยู่ระหว่างการ

เตรียมการ ซึ่งส่วนใหญ่ยินดีต่อการกำหนดมาตรฐานภาครัฐ การที่ผู้ประกอบการมีจำนวนน้อย แต่แต่ละแห่งได้มีการวางตำแหน่งทางธุรกิจและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยขึ้นอยู่กับความชอบของเจ้าของธุรกิจและสภาพทางทางการเงิน โดยจะพยายามสร้างวัฒนธรรม และภาพลักษณ์เฉพาะตัว จากการที่มีจำนวนผู้ให้บริการน้อย และมีความแตกต่างอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบ การวัตถุประสงค์การให้บริการตามความพอใจ แต่พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งมักคนท้องถิ่นยังขาดทักษะ แต่จังหวัดเชียงรายได้มีสถาบันการศึกษาที่สามารถผลิตฝีมือแรงงานระดับพื้นฐานได้ แต่ขาดฝีมือแรงงานระดับสูง ซึ่งปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด ที่จะจัดอบรมทั้งในและนอกจังหวัด ทำให้ต้องลงทุนด้านการศึกษา และค่าเดินทาง ทำให้ต้นทุนเริ่มต้นค่อนข้างสูง นอกจากนี้ ผู้ให้บริการสปาซึ่งส่วนมาก มีความรู้ และเข้าใจ ในการให้บริการและยินดีที่จะเข้าระบบมาตรฐานสปา ของกระทรวงสาธารณสุข

2. ภาพรวมของธุรกิจสปาได้รับการส่งเสริมอย่างมากจากภาครัฐบาลมีหน่วยงานประสานงานด้านความร่วมมือและการถ่ายทอดด้านความรู้อยู่เสมอ มีการก่อตั้งชมรมสปา รวมตัวเป็นกลุ่ม (Cluster) เพื่อการพัฒนาธุรกิจการบริการสุขภาพ ซึ่งประกอบจากธุรกิจสปา นวด และผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพร

3. จากแบบสอบถาม เพื่อประเมินศักยภาพการให้บริการของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้รับบริการชาวไทยมีความรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความรู้สึกพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง

4. ความพร้อมของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงราย เมื่อพิจารณาการจัดการภายในหน่วยธุรกิจสปาจากลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) พบว่า

1. การจัดซื้ออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สปาต่างๆ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากจังหวัดอื่นได้แก่ กรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่ ซึ่งมีราคาสูงกว่าและมีหลากหลายมากกว่า

2. เนื่องจากสถานที่แต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน ทำให้ระบบการคมนาคมสาธารณะไม่สะดวก แต่บริษัทนำเที่ยวและให้บริการรถเช่ามีจำนวนมาก ดังนั้นหากมีการร่วมมือในลักษณะแบ่งทรัพยากรร่วมกันจะช่วยเอื้ออำนวยประโยชน์

5. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานผู้ประกอบการสปา ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานบริการ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14 ถือว่าน้อย ซึ่งเป็นเพราะอยู่ระยะเริ่มต้น แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยินดีปฏิบัติและยังอยู่ระหว่างการขอยื่นขอใบรับรอง ในทุกด้านของการพิจารณามาตรฐานสปา ได้แก่ ด้านสถานประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ด้านผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย ส่วนใหญ่เป็นสปาเพื่อเพิ่มคุณค่าของโรงแรมและรีสอร์ทนั้น มีการ

ลงทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการก็พร้อมและยินดีที่จะส่งเสริมบุคลากรและปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานตามที่รัฐบาลจะกำหนด

6. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ให้ความสำคัญด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์และด้านความปลอดภัย มีความต้องการรับบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด โดยอาศัยหลักการของไทย เช่นการนวดไทย การใช้วิถีของไทย สมุนไพรไทย ธุรกิจสปาจึงควรสร้างรูปแบบการบริการสปาควบคู่กับการใช้ผลิตภัณฑ์สปาไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศตระหนักถึงความปลอดภัย และได้รับการรับรองเรื่องการให้บริการ

7. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ควรเป็นแบบ Day spa ที่การใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อการบำบัด และเข้าถึงได้สะดวก สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ควรเป็นแบบ Resort/ hotel spa ซึ่งต้องพินิจพิเคราะห์กับสถานที่การตกแต่ง เครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

ข้อเสนอแนะคือ ควรมีการสร้างลักษณะการให้บริการที่มีเอกลักษณ์ และแบ่งระดับของการให้บริการที่ชัดเจน

คำหลัก : ศักยภาพ , สปา , ท่องเที่ยงเชิงสปา

ABSTRACT

Project Code : RDG48O0033

Project Title : The Potential of Spa Entrepreneurs for Spa Tourism in Chiang Rai

Investigators : Khuanmuang S., Mokmol B.,

Mae Fah Luang University

E-mail Address : s_beau29@hotmail.com

Project Duration : July.1, 2005 – June. 30, 2006

The purposes of this qualitative and survey research were aimed at 1) studying the potential of spa entrepreneurs for spa tourism promotion in Chiang Rai province and 2) seeking out the tourists demand for spa service of the entrepreneur. According to the data collecting for this research, in-dept interview, participatory observation and questionnaires were used as a major tool. The study samplings consisted of 1) the Spa entrepreneurs with and without certified health spa those guaranteed by the ministry of public health 2) the related supporting organizations such as Chiang Rai provincial health office, business service unit of the provincial office and the division of skill development of Chiang Rai, ministry of labour, and 3) 400 Thai tourist (at $\alpha = 0.95$, error 5%) and 100 non - Thai tourist (at $\alpha = 0.95$, error 10%). The research results were as the followings:

1. Entrepreneur: Spa service providers were mostly available at the resort and hotel spa (6 places and 1 closed for a while because of low season period), hot-spring spa, day spa, destination spa that most of them operation at the hospital for physical therapy, massage and herbal sauna but there are only 3 approved by Ministry of Publish Health and others are under processing. The service of Spa in each establishment may by different based on the owner's preferences and the financial status. Thus, they have clearly set up their marketing positioning, Most of them were well-being to participate both academic and activities but under constant variable: cost.

2. The overview of Spa business have been supported and promoted by government, which niche local officer aimed to group as cluster to cooperation among organizations, they tried to establish the official spa association with the beyond relationship to related firm such as herbal industry or massage industry to set up a spa consortium and distribution knowledge to the members,

3. Thai tourists have less satisfaction while non-Thai tourists were exceeding expectation of the spa services.

4. The readiness of Spa Entrepreneurs for Spa Tourism showed into Value chain model results as the followings;

1. Inbound material: the equipment and spa products were very expensive in Chiang Rai, thus, spa entrepreneurs must purchase from outside of province.

2. Because of the variety of tourism destinations and lack of transportation made inconvenience.

5. There were 3 spa business which operations had met the standard requirement of ministry of publish health (14 percent) but most establishment has spa due to the owner want to raising up the value of property

6. The international tourists have considered spa according to its safety and product standard while Thai tourists prefer spa as of health reason which should come along with Thai spa products.

7. The establishments have their target group, they should consider the safety, the product quality and sanitary of the establishment while who has targeted group as Thai tourists, the solution should be Day spa, and international tourists should be Resort/ hotel spa.

The research states that, the spa establishments should have unique service and categorize clearly level of services

Keywords: Potential, Spa, Spa Tourism

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ฎ
ABSTRACT	ท
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ด
สารบัญภาพ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
คำถามการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	5
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	61
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
การวิเคราะห์ข้อมูล	63
บทที่ 4 ผลการศึกษา	65
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	105
ภาคผนวก	109
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม	110
ภาคผนวก ข ประวัตินักวิจัย	117

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 แผนพยากรณ์รายได้ 5 ปี พ.ศ.2547 – 2551 โดยกระทรวงสาธารณสุข	10
ตารางที่ 4.1 จำนวน และรูปแบบการบริการสปาในโรงแรม/รีสอร์ท	66
ตารางที่ 4.2 จำนวน และรูปแบบการบริการสปาในโรงพยาบาล	67
ตารางที่ 4.3 จำนวน และรูปแบบการสถานบริการสปาและศูนย์ออกกำลังกาย	67
ตารางที่ 4.4 จำนวน และรูปแบบการบริการแหล่งน้ำพุร้อน	67
ตารางที่ 4.5 จำนวน และรูปแบบการสถานบริการแบบอื่นๆ	68
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทย	73
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของการรับบริการในจังหวัดเชียงราย	73
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	74
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา	77
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการสปา	79
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อการให้บริการตามวัตถุประสงค์ 9	79
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการนวด ในสปา	80
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อโปรแกรมสปา	81
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อพนักงาน	82
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา	82
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ	83
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อมาตรฐานสปาเชียงราย	84
ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปา	85
ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปาในจังหวัดเชียงราย	85
ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย	86
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา	89
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการสปา	91
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อการให้บริการตาม วัตถุประสงค์	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการนวด ในสปา	92
ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อโปรแกรมสปา	92
ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อพนักงาน	93
ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา	94
ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ	94
ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อมาตรฐานสปาเชียงใหม่	95

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 กรอบคิดในการพัฒนาสู่ศูนย์กลางดูแลของเอเชีย	11
ภาพที่ 2.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย	11
ภาพที่ 2.3 การจัดยุทธวิธีและแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาการบริการเพื่อเป็นศูนย์กลางสุขภาพ แห่งเอเชีย	19

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ธุรกิจสปาจัดได้ว่าเป็นธุรกิจบริการ โดยรวมการให้บริการทางด้านความงามและสุขภาพไว้ด้วยกัน และเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และประเทศไทยมีความพยายามที่จะวางตำแหน่งเป็นสถานบริการสปาในประเทศที่ดีที่สุดในโลกมาตลอด และเป็นที่ยอมรับว่า สปาในประเทศไทยมีชื่อเสียงติดอันดับโลกหลายแห่ง ในแง่ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียงในทวีปแถบเอเชีย-แปซิฟิก 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และไทย พบว่า สปาไทยได้รับความนิยมสูงสุด และคนเอเชียนิยมใช้บริการสปาในประเทศไทยมากที่สุด คือ ร้อยละ 22 รองลงมาคือ อินโดนีเซีย ร้อยละ 19, มาเลเซีย ร้อยละ 13, ออสเตรเลีย ร้อยละ 7, สิงคโปร์และยุโรป ร้อยละ 6, อินเดีย ร้อยละ 5, นิวซีแลนด์และอเมริกา ร้อยละ 4 ตามลำดับ (จากการสำรวจของ บริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด)

การที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ประกาศและมีนโยบายที่จะผลักดันให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายใน พ.ศ. 2547 – 2551 และได้กำหนดนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย และเป็นเมืองหลวงของสปาเอเชีย (Spa Capital of Asia) ภายในปี พ.ศ.2551 โดยวางแนวทางการกระจายรายได้ท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน และมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่พร้อมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศในอินโดจีน การยกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวและบริการให้มีคุณภาพระดับสากล โดยเน้นด้านขนบธรรมเนียม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับการกีฬา และการแก้ไขปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ อีกทั้งมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในลักษณะเฉพาะเจาะจง พื้นที่ที่มีศักยภาพสูงอยู่แล้วให้เป็นพื้นที่ที่มีคุณภาพระดับสากล เพื่อจะได้ดึงดูดการลงทุนด้านท่องเที่ยวจากทั้งภายในและต่างประเทศลงในพื้นที่เหล่านี้มากขึ้น เช่น ชลบุรี-ระยอง-ตราด-กัมพูชา, ชุมพร-ระนอง-เกาะสอง-มะริด, เพชรบุรี-เลย-ไชยบุรี-หลวงพระบาง, เชียงใหม่-เชียงราย-ท่าช้างเหล็ก เป็นต้น กระแสพฤติกรรมและค่านิยมการฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพมีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจกลุ่มที่เกี่ยวกับความงามสุขภาพ และธุรกิจร้านอาหารประเภทอาหารปลอดภัย และอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งดำเนินการได้ดีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 และยังคงมีแนวโน้มสดใสต่อไปในอนาคตจัดเป็นธุรกิจดาวรุ่ง (บทสัมภาษณ์ รศ.วิฑูร รุ่งเรืองผล, 2548) อีกทั้งรัฐบาลโดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไทยได้ประกาศให้สปปเป็นแหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนอันดับที่หนึ่ง มีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยว และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อาทิ สถาบันพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่ออบรมให้ความรู้และเสริมสร้างผู้ประกอบการธุรกิจสปป ทำให้กระแสการฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพมีเพิ่มขึ้นและเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ทำรายได้และมีชื่อเสียงของประเทศไทย

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัด 1 ใน 3 ของจังหวัดใหญ่ในกลุ่มจังหวัดล้านนา ที่มีอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เสมือนเป็นประตูการค้าสู่ประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) และมีกิจกรรมการค้าชายแดนที่คึกคัก เช่น อำเภอแม่สาย เชียงแสนและเชียงของ ที่มีท่าเรือสำหรับการขนส่งสินค้าและการเดินทางท่องเที่ยวไปประเทศจีน และการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ อีกทั้งการมีโครงการเป็นศูนย์กลางการขนส่งและการกระจายสินค้า (Distribution Center) เพื่อส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงความเป็นเมืองล้านนาอื่นๆ ได้แก่ พระตำหนักดอยตุง ไร่แม่ฟ้าหลวง พิพิธภัณฑ์อู๋ป๋าคำ วัดร่องขุ่น เมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน เป็นต้น ดังคำกล่าวที่ว่า เชียงรายประตูทองของวัฒนธรรมล้านนาสู่การค้าสากล และถือเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาโดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว และจากการวางยุทธศาสตร์จังหวัดที่มีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยว คือ เพื่อสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่ เพื่อกระตุ้นเงินตราและการกระจายรายได้ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้ได้มาตรฐานสากล และเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้ธุรกิจสปปเป็นอีกธุรกิจที่น่าสนใจ

ผู้วิจัยเห็นว่า แผนกลยุทธ์เชิงรุกจากภาครัฐบาล ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสปปควรเตรียมพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้าเดินทางเข้ามาจำนวนมากขึ้น ด้วยการทราบดีศักยภาพและความพร้อมต่อการผลิตและการให้บริการ เตรียมความพร้อมและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และหาแนวทางยกระดับสปปเชียงรายให้สามารถแข่งขันระดับสากล และเพื่อหาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อทราบดีศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแข่งขันในระดับสากล
2. เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปปในจังหวัดเชียงราย

1.3 คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร
2. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่อย่างไร
3. นักท่องเที่ยวมุมมองบริการธุรกิจสปาเป็นอยู่อย่างไร และอยากได้อะไร
4. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการสปา หมายถึง ผู้ที่ต้องจัดการบริการให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานบริการแต่ละประเภท โดยต้องมีบริการหลักประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ การใช้น้ำเพื่อสุขภาพ เช่น บริการอบไอน้ำ อ่างน้ำวน บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำเย็น เป็นต้น และให้มีบริการอื่น เช่น การพอกโคลน การเสริมสวย การออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ โยคะ สมาธิและอื่นๆ อีก 3 รายการเป็นอย่างน้อย (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 หน้า 7, 21 เม.ย. 2547)

ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสปา หมายถึง ความดึงดูดใจของผู้ประกอบการสปานั้นว่าจะมีมากน้อยเพียงใด ซึ่งสปาเป็นงานบริการ และวัดได้จากความสามารถของผู้ประกอบการให้บริการสปา โดยพิจารณาจากการประเมินค่าความรู้สึกของผู้รับบริการจากความคาดหวังต่อความพึงพอใจ

ความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา หมายถึง ลักษณะสภาพแวดล้อมที่จะสนับสนุนการดำเนินงาน การฝึกอบรม ผลิตภัณฑ์ การตกแต่งสถานที่ และจำนวนของผู้ประกอบการสปา

มาตรฐานสปาไทย หมายถึง การที่สถานประกอบการสปาในประเทศไทย ได้ให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องตามเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งกฎหมายได้จำแนกมาตรฐานสปาไว้ 3 ด้านคือ มาตรฐานสถานประกอบการ มาตรฐานผู้ดำเนินการ และมาตรฐานการบริการ

มาตรฐานสปาสากล หมายถึง เกณฑ์ต่างๆ ของธุรกิจสปา รวมทั้งการให้ข้อมูล การวางมาตรฐานและนโยบายสปา เพื่อการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกัน และเพิ่มความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจสปา ซึ่งจัดทำโดยองค์กรสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association-ISPA) โดยมีแนวคิดในการวางแผนบริการให้กับสปากว่า 2,000 แห่ง จากประเทศสมาชิก ISPA จำนวน 59 ประเทศ

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1.5.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสำรวจ 3 มิติคือ ศักยภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs' Potential) ความต้องการของนักท่องเที่ยว (Tourist demand) และฝ่ายสนับสนุน (Supporter)

1.5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านพื้นที่

โดยพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ หรือจากโรงแรมและรีสอร์ท ที่มีบริการสปา และบริเวณที่เป็นศูนย์รวมของการคมนาคม ได้แก่ สนามบินนานาชาติ จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตด้านประชากร

1. กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่

1.1 ผู้ประกอบการที่ผ่านการประเมินได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพ จากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ ภูเก็ตสปา สุขมาลี เฮลท์แอนด์สปา และ มันทาราสปา (มีนาคม 2548)

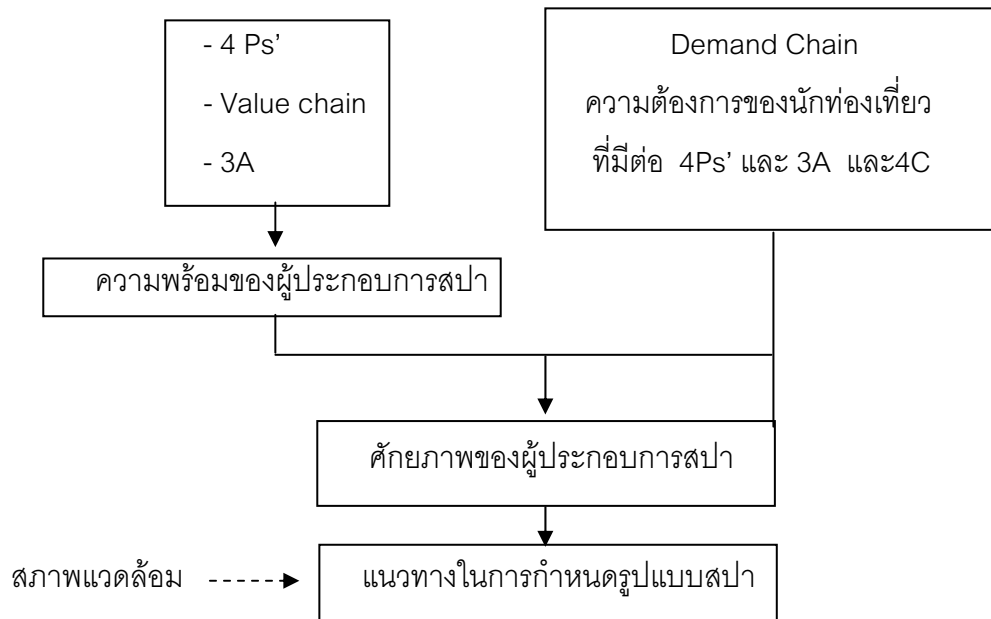
1.2 ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง หรือมีการประกอบกิจการเป็นเวลานาน แต่ยังไม่ได้รับการรับรองหรือลงทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข ประมาณจำนวน 2 แห่ง คือ โรงแรม เดอริเวอร์เฮาส์ รีสอร์ท แอนด์สปา และร้านขนาดเล็ก ได้แก่ ร้านสมุนไพรแม่คำหล้า

2. กลุ่มนักท่องเที่ยว จากสูตร Yamane ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงเลือกใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มแบบบังเอิญ จากแหล่งท่องเที่ยว และสนามบิน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน (ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5) และ ชาวต่างประเทศ 100 คน (ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10)

3. กลุ่มผู้สนับสนุน ภาครัฐบาล หรือภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 3.1 สาธารณสุขจังหวัดเชียงราย
- 3.2 หน่วยธุรกิจบริการ สำนักงานจังหวัด
- 3.3 กรมพัฒนาแรงงานฝีมือจังหวัดเชียงราย

1.5.3 กรอบและแนวคิด



1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบสภาพการแข่งขันของตลาดสปา
2. เพื่อทราบกระบวนการจัดการสปาไทย
3. เพื่อทราบความต้องการ และสภาพการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1. เพื่อเป็นทราบสภาพความต้องการของผู้รับบริการสปา
2. เพื่อทราบสถานะการณ์ของการดำเนินธุรกิจสปา

1.8 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิงรับด้านการท่องเที่ยวเชิงสปา
2. เพื่อหาแนวทางและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัด เชียงราย เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบธุรกิจสปา และความต้องการด้าน สินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่ว่าจะ มีมากน้อยเพียงใด เพียงพอที่จะดึงดูดใจให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวหรือไม่ และถ้าจะดำเนินการพัฒนาใน เชียงตุ๊กจะต้องพิจารณาว่าผลตอบแทนคุ้มค่าพอที่จะลงทุนหรือไม่ (พิชญา, 2544 อ้างตาม ลำไย, 2541)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมาย/ความ สนใจที่จะปรับปรุง ฟื้นฟูสุขภาพ อาทิ การนวดสมุนไพร การนั่งสมาธิ เป็นต้น หรือหมายถึง การ ท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจควบคู่กันไป โดยอนุรักษ์ ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยการท่องเที่ยวสุขภาพธรรมชาติ และการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (บุญเลิศ, 2548) และรวมถึงความสมดุลของอาหาร การ ปรนนิบัติ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย การให้ความรู้เพื่อขจัดความเครียดและปรับความสมดุลของ ร่างกายใหม่ (มยุรี, 2549 การบรรยาย)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ถือเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการยอมรับว่านำรายได้ให้แก่ ประเทศไทยจำนวนมาก แต่รายได้เหล่านั้น จะกระจุกตัวเฉพาะหัวเมืองใหญ่ ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ ฯ และแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หันมาสนใจด้านสุขภาพมากขึ้น ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้กำหนดนโยบาย เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงรุก ด้านการท่องเที่ยวสุขภาพ เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยนับว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดและการส่งเสริมการ ขยายการท่องเที่ยวแขนงหนึ่งที่ตั้งใจความสนใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สามารถแบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ได้ 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทาง ท่องเที่ยวโดยมีโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลาย

รวมทั้งการทำฟัน การผ่าตัดเสริมความงามหรือการผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล

2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพอันประกอบด้วยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักผ่อนในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ซึ่งมีการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่นั้นๆ จัดขึ้น อาทิ การนวดแผนไทย การอบสมุนไพรไทย กิจกรรมบริการสუნัขบำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

หรืออาจแบ่งเป็น 2 ประเภท (มยุรี, 2549 การบรรยาย) คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อบริการรักษาพยาบาล (Medical Tourism) ได้แก่ การเดินทางมาบำบัดความเจ็บป่วยและการร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล เช่น การตรวจสุขภาพ ศัลยกรรม การผ่าตัด และการพักผ่อน เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ได้แก่กิจกรรมที่ก่อให้เกิดสุขภาพสมบูรณ์ ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ และเป็นกิจกรรมประเภทผ่อนคลายความเครียดได้แก่ การออกกำลังกาย เสริมความงาม สปา นวดเพื่อสุขภาพ แพทย์ทางเลือก เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการป้องกันความเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้น

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่มีฤดูกาล
2. มีสินค้าบริการที่กว้างขวาง ครอบคลุมทุกรูปแบบของความต้องการ
3. ผู้ที่เข้ารับบริการมีความรู้สึกสนุกสนานในการบำบัด
4. มีวันพักเฉลี่ยที่นานกว่าและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสูงกว่าสินค้าการท่องเที่ยวอื่นๆ

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสปา ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทเสริมสร้างสุขภาพ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พักค้างคืนเพื่อรับบริการตามประเภทของสปา อาจเป็นสปาในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ โดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ อย่างไม่มีฤดูกาล แต่การท่องเที่ยวเชิงสปา แตกต่างกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ในแง่การดำเนินงานที่ต้องนอกจากจะอาศัยเงินทุนเป็นหลักแล้วยังต้องให้ความรู้และความสามารถของผู้ประกอบการ และความต้องการของผู้รับบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอีกด้วย

พ.ศ. 2547 ภาครัฐบาลได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานแก่กระทรวงสาธารณสุข เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Center of Excellent Health Care of

Asia) ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนประเทศไทย ระหว่าง พ.ศ. 2547 – 2551 ซึ่งคาดว่าจะสามารถนำเงินเข้าประเทศได้ประมาณ 200,000 ล้านบาท ซึ่งคาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายตลอด 5 ปี จำนวนประมาณ 2,900 ล้านบาท โดยในส่วนของกระทรวงสาธารณสุข ในปีงบประมาณพ.ศ. 2549 จะเน้นในเรื่องต่าง ๆ 3 เรื่อง ได้แก่

1. ส่งเสริมสนับสนุนให้มีสถานบริการสุขภาพ ภาครัฐ และเอกชนที่มีศักยภาพและความพร้อมได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐานสากล
2. สนับสนุนการพัฒนาบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยเน้น สปา และการนวดไทย ได้ให้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
3. สนับสนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย โดยเน้นภูมิปัญญาชาวบ้าน ให้มีคุณภาพมาตรฐาน

ได้กำหนดผลผลิตหรือแบ่งภาคธุรกิจ ได้ 3 ประเภท คือ

1. การเป็นศูนย์กลางการรักษาพยาบาล (Medical Hub) ประกอบด้วย การแพทย์เฉพาะทาง ทันตกรรมและ ตรวจร่างกาย (คิดเป็นร้อยละ 78)
2. การบริการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) ประกอบด้วยบริการสปา นวดไทย และบริการการท่องเที่ยว (คิดเป็นร้อยละ 17)
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพสมุนไพรไทย (Herbal Product) ประกอบด้วย อาหารเสริม เครื่องสำอาง และยาสมุนไพร (คิดเป็นร้อยละ 5)

ในปี พ.ศ. 2546 มีรายได้รวมทั้ง 3 ผลผลิต จำนวน 21,518 ล้านบาท และประมาณเป้าหมายให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.44 ซึ่งการให้บริการรักษาพยาบาลมีรายได้มาเป็นอันดับ 1 ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้ ต้องการเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย มีแพทย์ที่มีประสบการณ์และความชำนาญ รองลงมาคือบริการส่งเสริมสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 17 ส่วนนี้นอกจากจะต้องมีแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพแล้วยังต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีที่พัก ร้านอาหารมากมายหลายประเภท หลายระดับ อีกทั้งคนไทยก็ต้องรักษาภาพลักษณ์ของอัยาศัยไม่ตรีดี ราคาค่าบริการต่างๆ สมเหตุสมผล นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงให้ความสนใจใช้บริการเป็นจำนวนมาก

นายแพทย์ณรงค์ (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2547) กล่าวว่า เพื่อสนับสนุนแผนพัฒนาฯ ศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ทางกระทรวงสาธารณสุขจะได้แบ่งเป็น 3 ภาคธุรกิจ

1. การพัฒนาธุรกิจบริการรักษาพยาบาล โดยมุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์ของเอเชีย (Thailand: The Excellent Medical Hub of Asia) ซึ่งมีเป้าหมายการรักษาได้ว่า

ภายใน 5 ปี จะมีรายได้รวม 142,899 ล้านบาท และจะเป็นแพทย์เฉพาะทาง โดยมีโรงพยาบาลที่มี ศักยภาพกว่า 33 แห่ง

2. การพัฒนาธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยมุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางดูแลสุขภาพของเอเชีย (Thailand: The Wellness Capital of Asia) หมายถึงการบริการต่างๆ อาทิ บริการนวดแผนไทย สปา และบริการท่องเที่ยวสุขภาพ เป็นต้น ปัจจุบันมีจำนวน สปาจำนวน 230 แห่ง มีคนที่อยู่ในวงการ 4,000 คน และคาดว่าภายใน 5 ปี ประเทศไทย จะมีรายได้จากธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ 50,419 ล้านบาท

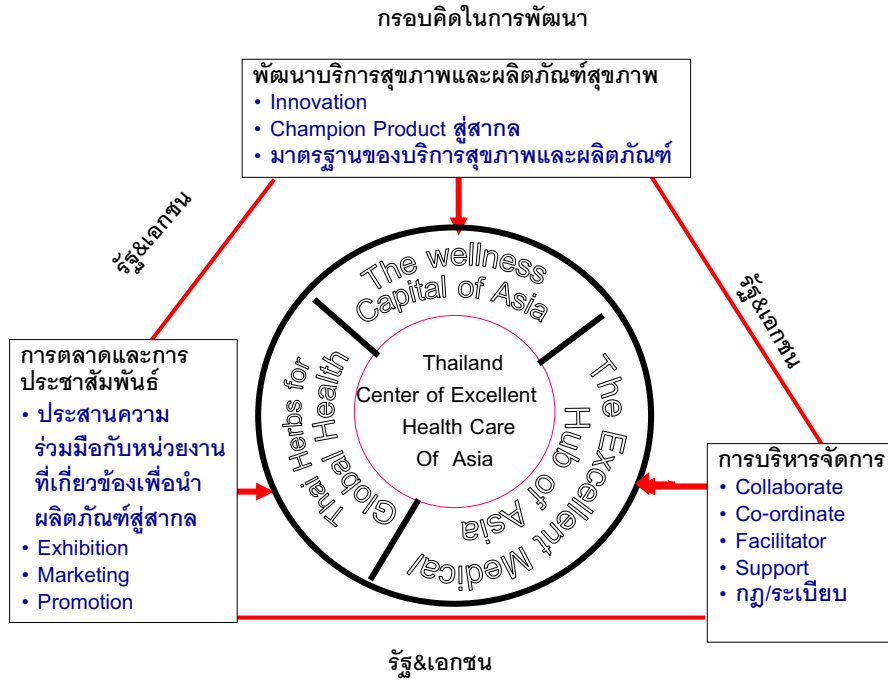
3. การพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย มุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเรื่องสมุนไพรเกี่ยวกับสุขภาพ (Thailand: The Origin of Precious Herbs for Superior Health) อาทิ อาหารเสริม เครื่องสำอาง ยาสมุนไพร เป็นต้น ปัจจุบันมีจำนวนผู้ผลิต 600 ราย คาดหมายว่าจะมีรายได้ใน 5 ปี เป็นเงินประมาณ 17,500 ล้านบาท

และหากประเทศไทย ทำได้ตามแผนจะทำให้มีเงินตราไหลเข้าประเทศรวมปี พ.ศ. 2547 เป็นเงิน 26,131 ล้านบาท ไม่รวมค่าบริการภายในประเทศ ซึ่งคาดว่าจะประมาณ 200,000 ล้านบาท รวมระยะเวลา 5 ปี คาดว่าจะมีเงินตราไหลเข้าประเทศประมาณ 210,815 ล้านบาท

แผน 5 ปี ของ กระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ.2547 – 2551 : การพยากรณ์รายได้ (ล้านบาท)						
	2547	2548	2549	2550	2551	รวม
การแพทย์	19,635	23,100	27,433	32,898	39,833	142,899
บริการสุขภาพ [สปาและนวดไทย]	4,996	6,753	9,185	12,492	16,989	50,416
สมุนไพร	1,550	2,000	3,000	4,000	7,000	17,550

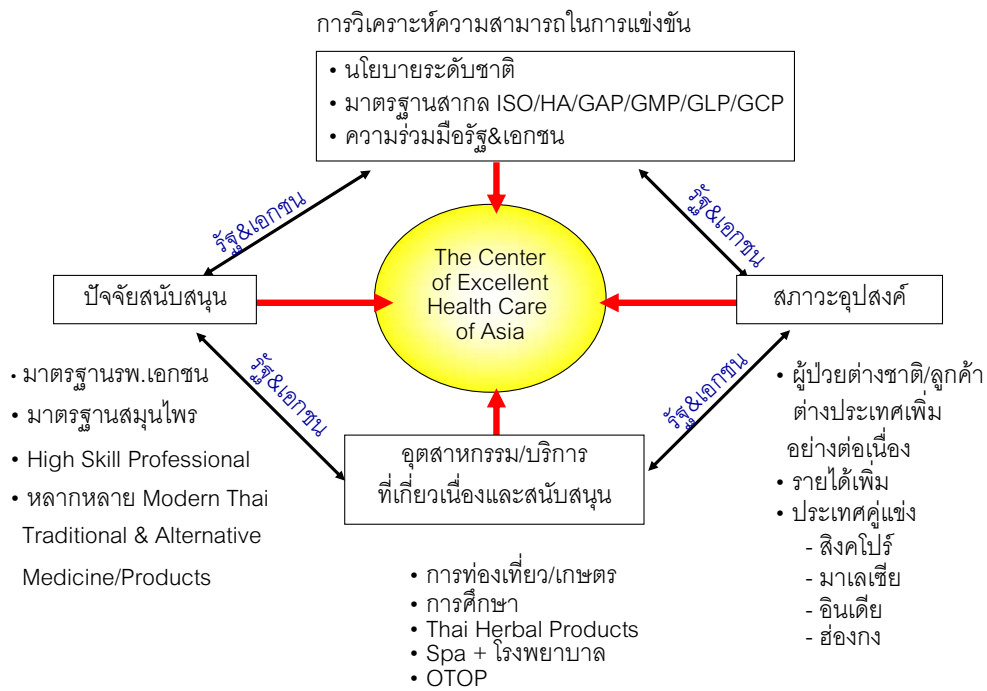
ตารางที่ 2.1 : แสดงแผนพยากรณ์รายได้ 5 ปี พ.ศ.2547 – 2551 โดยกระทรวงสาธารณสุข

และได้มีการคิดกรอบการพัฒนาเพื่อนำไปสู่เป้าหมายนั้น โดยการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนด้านการให้บริการสุขภาพ การประชาสัมพันธ์และการบริหารจัดการที่ดี ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงกรอบคิดในการพัฒนาสู่ศูนย์กลางดูแลสุขภาพของเอเชีย

2.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมสปา



ภาพที่ 2.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย ได้พิจารณาปัจจัย 5 ตัว โดยใช้แนวคิดแบบประยุกต์จากโมเดลแรงกดดัน 5 ประการ ของ Michael E.Porter ได้แก่

1. อุปสรรคจากคู่แข่งใหม่ คือ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันสู่ระดับสากล
2. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกัน ได้แก่ อุตสาหกรรมและบริหารที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ซึ่งจะนำไปสู่ความหลากหลายของการให้บริการ
3. สภาวะอุปสงค์ ซึ่งเป็นแรงความต้องการของผู้รับบริการ
4. ปัจจัยสนับสนุน
5. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเพื่อเป็นศูนย์กลางความเป็นเลิศทางการแพทย์ของเอเชีย

2.2.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมสปาในตลาดโลก

จากรายงานการศึกษาวิจัยต้นแบบ Smart Marketing กลุ่มธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรศ.ชัยยศ สันติวงษ์, 2548 ได้ศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมสปาโลก ไว้ดังนี้

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดยุโรป

แนวคิดของชาวยุโรป จะเน้นสปาเพื่อการบำบัดรักษาโรคภัยไข้เจ็บโดยใช้น้ำที่มีแร่ธาตุที่สามารถรักษาฟื้นฟูหรือป้องกันสุขภาพ ซึ่งต้องอาศัยการพักผ่อนเป็นระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งอาทิตย์ อาจกล่าวได้ว่า สปาเป็นส่วนหนึ่งของระบบการรักษาทางการแพทย์ เรียกว่า การบำบัดด้วยสปา (Spa Retreat) ต่อมาธุรกิจสปาในยุโรปพัฒนาจากการดูแลสุขภาพโดยใช้น้ำเพียงอย่างเดียว เริ่มมีการให้บริการด้านอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นระบบนวัตกรรมทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค สปาในยุโรปมักจะเน้นการใช้เครื่องมืออุปกรณ์เป็นสำคัญ เช่น ห้องอบไอน้ำควบคุมด้วยเทคโนโลยี Laconium และ Caldarium เป็นลักษณะที่ลูกค้าต้องบริการตัวเอง ต่อมาขยายวงสู่การบำบัดเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากกิจกรรมประจำวันซึ่งใช้เวลาไม่จำเป็นต้องพักอาศัยนานเป็นสัปดาห์

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดออสเตรเลีย

จากการสำรวจโดยบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) รับรองโดยสมาคมสปาประเทศออสเตรเลีย พบว่าช่วงปี พ.ศ.2544 - 2545 มีผู้ใช้บริการสปาในออสเตรเลียกว่า 2 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 100,000 คน สร้างรายได้ 15 ล้าน

ดอลลาร์ ประเภทสปาที่เปิดให้บริการในออสเตรเลียคือ Day Spa และ Hotel/Resort Spas สถานที่ตั้งของสปาอยู่ในสถานที่อื่น เช่น โรงแรม (ร้อยละ 43) และส่วนมากเป็นแบบเจ้าของบริหารเอง โดยเฉลี่ย 1 แห่ง มีห้องบริการลูกค้า 7 ห้อง กลุ่มลูกค้าเป็นผู้หญิง (ร้อยละ 75) เป็นชาย (ร้อยละ 25) ลูกค้า Day Spa มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ลูกค้า Hotel/Resort Spa มีอายุระหว่าง 40-49 ปี โดยมีสัดส่วนรายได้ของสปาแบบ Hotel/Resort Spa มาจากการนัด สำหรับ Day Spa รายได้หลักคือ กิจกรรมเสริมความงาม ซึ่ง Hotel/Resort Spa ทำกำไรได้มากกว่า Day Spa การบำบัดที่นิยมในออสเตรเลียคือ การใช้น้ำมันหอมระเหยและโคลน ส่วนมากของมีการลงทุนด้านเทคโนโลยี โปรแกรมการจัดการ ในขณะที่มี Hotel/Resort Spa เพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่ลงทุนด้านนี้

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดนิวซีแลนด์

จากการสำรวจโดยบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) พบว่านิวซีแลนด์เป็นตลาดหลักของ Day Spa และ Salon Spa จำนวนผู้ใช้สปาช่วงปี พ.ศ.2544 - 2545 กว่า 500,000 คน หนึ่งในสามของจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวนลูกค้า (ร้อยละ 82) เป็นผู้หญิง (ร้อยละ 18) เป็นชาย โดยเฉลี่ยรายได้(ร้อยละ 30) ของสปามาจากการนัด สปาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามแหล่งน้ำพุร้อนทั่วประเทศมีประมาณ 35 แห่ง สปาที่มีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ โพลีเนเซียนสปา (Polynesian Spa) ที่เกาะเหนือของนิวซีแลนด์ ได้รับการจัดอันดับให้เป็นสปาที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดเอเชีย

จากการสำรวจโดยบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) ได้ทำการสำรวจและจัดพิมพ์รายงาน Spa Consumer Survey Asia 2003 แสดงพฤติกรรมการบริโภควมไปถึงความนิยมของผู้ใช้สปาทั่วภูมิภาคเอเชีย ขอบเขตการสำรวจได้แก่ การปฏิบัติเมื่อเข้าใช้บริการ กำลังการจ่าย การวางแผนเดินทาง ความชื่นชอบพิเศษ รวมถึงความคิดเห็น โดยเฉพาะจากผู้ให้บริการสปาชาวสิงคโปร์ที่มีโอกาสไปเยือนสปาในที่ต่างๆ ทั่วเอเชีย สรุปได้ดังนี้

1. โปรแกรมบำบัดที่นิยมมากที่สุด คือ การนวด ได้คะแนน 54 %
2. ส่วนใหญ่การใช้จ่ายในเดย์สปาต่อครั้งอยู่ประมาณ US\$70
3. ร้อยละ 34 เข้าใช้บริการสปาเฉพาะเมื่อเดินทาง
4. ร้อยละ 93 ตั้งใจจะใช้บริการสปาในระหว่างพักผ่อนท่องเที่ยว ไม่ว่าจะป็นโรงแรม

รีสอร์ทสปา และหรือเดย์สปา

5. เหตุผลที่เข้าใจบริการสปา ร้อยละ 85 ต้องการพักผ่อน รองลงมาคือ ต้องการได้รับการบริการดูแลเอาใจใส่ และการล้างพิษเพื่อสุขภาพ

6. สาเหตุที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ประทับใจไม่ได้รับประสบการณ์สปาที่ดีมาจากนักบำบัดที่ขาดทักษะเป็นเหตุสำคัญถึง ร้อยละ 51 ส่วนอีกร้อยละ 40 ระบุมาจากเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ ขณะที่ร้อยละ 10 แจ้งว่ากริยามารยาทและการพูดคุยของนักบำบัดขณะบริการทำให้ลูกค้าไม่ได้รับการผ่อนคลายที่แท้จริง

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดอินโดนีเซีย

จากการสำรวจโดยบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) พบว่าอินโดนีเซีย โดยเฉพาะบาห์ลี มีการจ้างบุคลากรสปาเกือบ 3,000 คน ส่วนใหญ่เป็นสปาประเภท Day Spa และ Resort Spa อัตราการเติบโตของธุรกิจ 7% เทียบสองปีที่ผ่านมา ระหว่างปี พ.ศ. 2544 - 2545 มีผู้ใช้บริการสปามากกว่าหนึ่งล้านคน ในจำนวนนี้กว่า 80% เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ลูกค้า 67% เป็นเพศหญิง 33 %เป็นชาย รายได้ส่วนใหญ่ 44% มาจากการนวด

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดมาเลเซีย

จากการสำรวจโดยบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) พบว่ามาเลเซีย มีการจ้างบุคลากรสปากว่า 500คน ส่วนใหญ่เป็นสปาประเภท Day Spa จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 18% ในช่วง 2 ปี ราว 120,000 คน ครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ลูกค้าเป็นหญิง 64% เป็นชาย 36% รายได้หลัก 48% มาจากการนวด

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดฮ่องกงและจีน

จากการสำรวจโดยบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) พบว่าฮ่องกงมีการจ้างบุคลากรสปาเกือบ 400 คน ส่วนใหญ่เป็นสปาประเภท Day Spa ในช่วงปี พ.ศ.2544 - 2545 ราว 940,000 คน 40% ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ลูกค้าเป็นหญิง 55% เป็นชาย 45 % รายได้หลัก 54% มาจากการนวด

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดญี่ปุ่น

ตามวิถีปฏิบัติคนญี่ปุ่นคุ้นเคยกับ “ออนเซน” หรือการอาบน้ำแร่มานาน ซึ่งคล้ายกับยุคโรมันที่รู้จักการบำบัดด้วยทั้งน้ำร้อนน้ำเย็น เป็นแนวคิดดั้งเดิมของสปา แต่ถึงกระนั้นสปาก็ไม่แจ้งเกิดในญี่ปุ่น เมื่อไม่กี่ปีมานี้มีการเปิดกิจการสปาแต่ไปไม่รอด ไม่มีใครสนใจสปา จนกระทั่งในช่วง

5-6 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นได้ท่องเที่ยวในเอเชียอาคเนย์ปีละหลายสิบล้านคน ได้ทดลองใช้บริการสปา ทั้งในไทย บาห์ลี และมาเลเซีย เกิดคิดใจ เมื่อกลับไปญี่ปุ่นจึงเรียกหาสปา ทำให้นักธุรกิจที่ทำแต่ออนเซนต้องปรับตัวมาทำธุรกิจสปา

ภาพรวมอุตสาหกรรมสปาในตลาดสิงคโปร์

สิงคโปร์มี 106 แห่ง เป็นเคย์สปาถึงร้อยละ 27 ปัจจุบันธุรกิจสปาในสิงคโปร์มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น ไม่แต่เฉพาะผู้ประกอบการสปาที่ขยายกิจการเพิ่มสาขาเท่านั้น ยังมีผู้ประกอบการด้านอื่นๆ ให้ความสนใจจะขยายกิจการด้านสปาด้วย ทั้งยังมีแผนการที่จะขยายกิจการไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซียอีกด้วย เปิดเผยโดย Mr. Peter Sng ประธานสมาคมสปาสิงคโปร์กล่าวว่า ในสิงคโปร์นอกเหนือจากสมาชิกสมาคมฯ จำนวน 23 รายแล้ว ยังมีผู้ประกอบการสปาอื่นๆ อีกประมาณ 200 ราย ซึ่งรวมทั้ง Boutique Spa และ Day Spa หากเปรียบเทียบกับประชากรในสิงคโปร์ที่มี 4 ล้านกว่าคน ก็จะคิดเป็นจำนวนประชากร 18,000 คน ต่อสถานบริการสปา 1 แห่ง รูปแบบของสปาในสิงคโปร์จัดออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. Luxuriuos Resort Style สปาที่มีรูปแบบหรูหรา สถานที่กว้างขวาง
2. Chic Urban สปาที่มีรูปแบบเก๋ ทันสมัย สถานที่เล็กกะทัดรัด
3. Salon-Cum-Spas สปาที่อยู่รวมกับสถานเสริมความงาม
4. Sleazy Wannabes สปารูปแบบญี่ปุ่น สถานที่เล็กกะทัดรัด

ผู้ประกอบการสปาชั้นนำในสิงคโปร์ เช่น Spa Care Int'l ให้บริการภายใต้ชื่อ Aspara Spa มีพื้นที่บริการสปา 6,000 ตารางฟุต ล้อมรอบด้วยสวนธรรมชาติซึ่งมีพื้นที่กว่า 2,000 ตารางฟุต ส่วนผู้ประกอบการด้านอื่นๆ ที่ขยายกิจการสู่ด้านสปา เช่น Expressions International ที่มีชื่อเสียงด้านศูนย์ความสวยงามและลดน้ำหนักมานานกว่า 14 ปี มีศูนย์เสริมความงาม 4 แห่ง ต่อมาเมื่อปีพ.ศ.2540 เริ่มดำเนินธุรกิจสปา 2 แห่ง ในปี พ.ศ. 2546 ได้ซื้อกิจการของ DBC Aromatherapy Spas ที่มีสาขา 7 แห่งในสิงคโปร์ และเปลี่ยนชื่อเป็น Expressions Wellness Spas ถึงขณะนี้ธุรกิจสปา 9 แห่งในสิงคโปร์ มีสาขาในมาเลเซียและอินโดนีเซียอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการทำธุรกิจประเภท Franchise ธุรกิจสปาภายในสิงคโปร์และต่างประเทศด้วย ในอนาคตมีนโยบายจะเปิด Medical Spas ให้บริการ Post-Operation Spa Therapies โดยมีเจ้าหน้าที่พยาบาลที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างดีเป็นผู้ให้บริการ นอกจากนี้แล้วยังมี Planet Fitness ผู้ประกอบการด้านการออกกำลังกายได้ขยายธุรกิจสู่การให้บริการด้านสปา มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545

โดยเปิดให้บริการ Javanese Spa เรียกว่า Jannah Spa ในสถานออกกำลังกาย ต่อมาได้เปิด Bodyworks เป็น Day Spa ในพื้นที่ 1,100 ตารางฟุต

ผู้ประกอบการสปาจากอินโดนีเซีย ได้จัดตั้ง Essential Spa ในสิงคโปร์ เป็นสปาแบบหนึ่งของบริษัทแม่ที่ตั้งอยู่ในอินโดนีเซียชื่อ PT Indo Gaya ซึ่งได้รับความนิยมมานานกว่า 15 ปี และมีสาขากว่า 20 แห่งในอินโดนีเซีย ให้บริการสปา 4 แบบ คือ Gaya Spa, Sangiwani Spa, Bali Spa และ Essentia Spa สำหรับสิงคโปร์ Essentia Spa เพิ่งเปิดให้บริการเมื่อต้นปี พ.ศ.2547 ณ Legends Fort Canning Park

สำหรับผู้ประกอบการสปาของไทยในสิงคโปร์ ในขณะนี้ เพียง 1 แห่งได้เปิดดำเนินการเมื่อปี พ.ศ.2546 คือ เบญจพรรณสปา ในพื้นที่ 1,800 ตารางฟุต รูปแบบการจัดตกแต่งสถานที่เป็นรูปลักษณะแบบไทย ให้บริการนวดแผนไทย นวดน้ำมัน พร้อมอบตัวด้วยสมุนไพร ค่าบริการการใช้บริการสปาในสิงคโปร์โดยทั่วไป เช่น นวดตัว 30 นาที ค่าบริการ 45 เหรียญสิงคโปร์ หรือนวดตัว 60 นาที ค่าบริการ 80 เหรียญสิงคโปร์ หรือ นวดตัว 30 นาที และแช่ตัว 15 นาที ใน Hydrotherapy Tub ค่าบริการ 68 เหรียญสิงคโปร์

เปรียบเทียบระหว่างสปาสิงคโปร์กับไทย จากการสำรวจของบริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด (ประเทศสิงคโปร์) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยอิสระที่เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสปา ได้ทำการตรวจสอบสถิติในเชิงปริมาณและคุณภาพเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2544 – มิถุนายน พ.ศ.2545 พบว่า สปาในประเทศไทยมีรายได้ 3,700 ล้านบาท ในขณะที่สิงคโปร์มีผู้ใช้สปา 4 แสนคน แต่เป็นต่างชาติ 1 แสนคน พนักงานที่ทำงานในสปาของไทย 4,000 คน สิงคโปร์ 700 คน จำนวนสปาในไทย 230 แห่ง สิงคโปร์ 40 แห่ง โดยเฉลี่ยสปาในไทยมีห้องให้บริการ 8 ห้อง สิงคโปร์ 9 ห้อง อัตราการเติบโตในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ในประเทศไทย มีอัตราการเติบโต ร้อยละ 64 ขณะที่สิงคโปร์มีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 16 แต่การเติบโตในประเทศไทยยังคงมีสูงและต่อเนื่อง เพราะภาครัฐให้การสนับสนุน

ตลาดสหรัฐอเมริกาและแคนาดา

ภาครัฐวางแผนผลักดันสปาไทยเข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ในลักษณะ Spa Integration คือ การผนวกรวมสปาไทยที่มีการตกแต่งและรูปแบบของการให้บริการเข้าไปกับ สปาที่มีอยู่เปิดให้บริการแล้วในตลาด เนื่องจากธุรกิจสปาในสหรัฐอเมริกาและแคนาดากว้างขวางเติบโต มีกิจการเปิดบริการเป็นจำนวนมาก ธุรกิจบริการนวดแผนไทยมีศักยภาพในตลาดค่อนข้างสูง ด้วยเหตุผลที่ว่าขณะนี้ตลาดการให้บริการเป็นการเปิดโอกาสให้การนวดแผนไทยสามารถเข้าสู่กระแส

ความนิยมของตลาดได้โดยง่ายยิ่งขึ้น อีกทั้งเทคนิคการนวดแผนไทยเป็นเทคนิคที่ให้ประสิทธิผลสูงจึงมีศักยภาพในการแข่งขันกับการนวดด้วยเทคนิคอื่นๆ และสามารถพุ่งขึ้นสู่ความนิยมได้ง่าย

ธุรกิจนวดแผนไทยกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในฐานะเป็นทางเลือกอื่นของการบำบัดโรค การรักษาสุขภาพ และการผ่อนคลายความเครียด มีรายงานว่าปัจจุบันบริษัทใหญ่ๆ และหน่วยงานราชการสำคัญๆ ของสหรัฐฯ หลายแห่งมีการเสนอบริการนวดให้แก่พนักงานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านการบำรุงรักษาพนักงาน อีกทั้งบริษัทรับประกันสุขภาพหลายแห่งได้ยอมรับการนวดตามคำสั่งแพทย์เข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของขบวนการบำบัดรักษาสุขภาพที่บริษัทประกันฯ ยอมจ่ายชำระให้แก่ลูกค้า เนื่องจาก การที่วงการแพทย์สหรัฐฯ ได้ยอมรับแล้วว่าการนวดตัวสามารถช่วยในการบำบัดรักษาอาการของโรคบางชนิดได้ผลดีและได้มีการออกใบสั่งแพทย์ให้ผู้ป่วยบางรายได้รับการบำบัดรักษาโดยการนวด

การนวดที่เป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวางในสหรัฐฯ และแคนาดา คือการนวดเพื่อการบำบัดรักษาหรือ Massage Therapy เชื่อกันว่าจะช่วยผ่อนคลายความเครียดและความเจ็บปวด ลดความดันเลือดและเป็นการสร้างภูมิป้องกันโรค ชนิดของการนวดที่เป็นที่นิยม และรู้จักกันอย่างแพร่หลายมากที่สุด คือ Swedish Massage ซึ่งเป็นการนวดเพื่อการผ่านคลายอารมณ์และกระตุ้นพลังงาน รองลงมาคือการนวดชนิด Deep Tissue Massage สำหรับการบำบัดรักษากล้ามเนื้อ การนวดชนิด Sports Massage เพื่อป้องกันและหรือรักษาอาการเจ็บที่เกิดขึ้นจากการเล่นกีฬา และเพื่อให้ร่างกายอ่อนตัว และทำยสุดคือการนวดแบบนึ่งบนเก้าอี้เพื่อนวดร่างกายอ่อนบนในสภาพที่ผู้ถูกนวดยังคงใส่เสื้อผ้าอยู่ครบถ้วนปกติ

จากการสำรวจของ American Massage Therapy Association ในปี 2001 ปรากฏว่าเกินกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสำรวจหรือร้อยละ 54 นิยมการนวดแบบ Swedish รองลงมาร้อยละ 13 นิยมการนวดแบบ Deep Tissue ร้อยละ 9 นิยม Aroma Therapy ร้อยละ 5 นิยม Back & Neck Pain ร้อยละ 3 นิยมการนวดแบบ Sports และร้อยละ 16 นิยมการนวดแบบอื่นๆ ซึ่งรวมถึงการนวดแผนไทย และนอกเหนือไปจากการใช้มือเปล่าในการนวดแล้ว ยังมีการสรรหาอุปกรณ์อื่นๆ เข้ามาพลิกแพลงประกอบเข้ากับการนวดด้วยมือเช่นการประคบด้วยหินร้อน การใช้น้ำมันหอม และอื่นๆ

กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการนวดในปัจจุบันส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคนรุ่นหนุ่มสาวถึงกลางคน และเป็นตลาดที่มีการขยายตัวเร็วที่สุด วัตถุประสงค์ของการใช้บริการส่วนใหญ่ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ก็เพื่อลดความปวด ขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มสูงอายุจะใช้บริการนวดเพื่อวัตถุประสงค์ในการลดความ

ปวดและเพื่อสุขภาพ ผู้บริโภคเพศหญิงจะสนใจใช้บริการนวดมากกว่าผู้บริโภคเพศชาย การให้บริการธุรกิจการนวดมีอยู่ทั่วไปทั้งที่เป็นการให้บริการถึงสถานที่ การเปิดธุรกิจสถานบริการนวด การให้บริการในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกิจการสถานบำรุงรักษาสุขภาพ ศูนย์ฝึกกีฬา ในโรงพยาบาล หรือในการประกอบธุรกิจสปา แต่สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมใช้เป็นสถานที่รับบริการนวดตัวมากที่สุดคือ ที่บ้านและที่สปา ทั้งนี้อัตราค่าบริการจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่างด้วยกันตั้งแต่ชนิดของการนวด สถานที่ให้บริการ ผู้ให้บริการ และลักษณะการให้บริการ

ตลาดยุโรป

ชาวยุโรปได้เริ่มหันมาสนใจการบำบัดเพื่อการผ่อนคลายในวิถีทางของตะวันออก ดังนั้นจึงถึงเป็นโอกาสของวิธีการแพทย์แบบไทย ขณะเดียวกันก็เป็นตลาดคู่แข่งสำคัญในธุรกิจนี้ด้วย เพราะยุโรปมีสปา รวมทั้งมีแหล่งบำบัดตามธรรมชาติอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดเยอรมัน ประเทศที่มีประชากรกว่า 82 ล้านคน แต่ละปีมีคนป่วยที่ต้องพักผ่อนในสถานบำบัดกว่า 1 ล้านคน สปา รวมถึงการนวดตัวเป็นบริการทางเลือกในสถานบำบัดดังกล่าว ซึ่งมีให้บริการแพร่หลายทั่วประเทศกว่า 1,300 แห่ง สร้างรายได้แต่ละปีกว่า 3 พันล้านยูโร ผู้ใช้บริการประเภทนี้เกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่มีประกันสุขภาพ รายจ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สำนักงานประกันสุขภาพจะเป็นผู้ออกให้ทั้งหมด มีบ้างเล็กน้อยที่ออกค่าใช้จ่ายกันเองซึ่งจะเป็นผู้มีฐานะดี มีรายได้สูง การนวดแผนโบราณ นวดน้ำมัน หรือสมุนไพร มีการให้บริการกันบ้างแล้วในเยอรมนี ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ มีคุณสมบัติตามมาตรฐานของสมาคมอาชีพ การนวดแผนไทยเป็นบริการที่เป็นที่รู้จักกันดี และได้รับความนิยมอยู่บ้างและควรมีการส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้นอาจทำได้ด้วยการเปิดโรงเรียนสอนโดยเฉพาะการจัดตั้งสถานประกอบการ Spa และ Wellness โดยคนไทยไม่สามารถทำได้ หากไม่มีวีซ่าและใบอนุญาตให้ประกอบอาชีพ หากสามารถจัดตั้งได้ต้องมีการเจรจาทำความเข้าใจกับสมาคมอาชีพของเยอรมนีให้ยอมรับว่าการนวดของไทยมิใช่การรักษาโรคโดยตรง เพราะในปัจจุบันมีปัญหาเช่นนี้กับสถานบริการที่เป็นของคนไทย โดยรวมอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจ Spa และ Wellness ได้รับความสนใจอยู่บ้าง แต่ในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจซบเซาถดถอยเช่นนี้ทำให้ผู้บริโภคสนใจน้อยลง ถึงแม้ว่าราคาค่าบริการต่อครั้งจะไม่สูงมากเกินไปก็ตาม (ประมาณตั้งแต่ 30-50 ยูโรต่อครั้ง) การนำเสนอสมุนไพรที่ใช้ในการนวด จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้การนวดแบบไทยได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นไปอีกได้ นอกจากนี้ยังมีการจัดทำเป็น Package Tour เพื่อท่องเที่ยวและรับบริการ Spa และ Wellness ผ่านบริษัททัวร์และธุรกิจ

ท่องเที่ยวต่างๆ ทัวเออร์มนี่ โดยจัดเป็น Tour ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งในประเทศไทย ด้วย ผู้ที่ใช้บริการประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีฐานะดี มีรายได้สูง

ตลาดเอเชีย

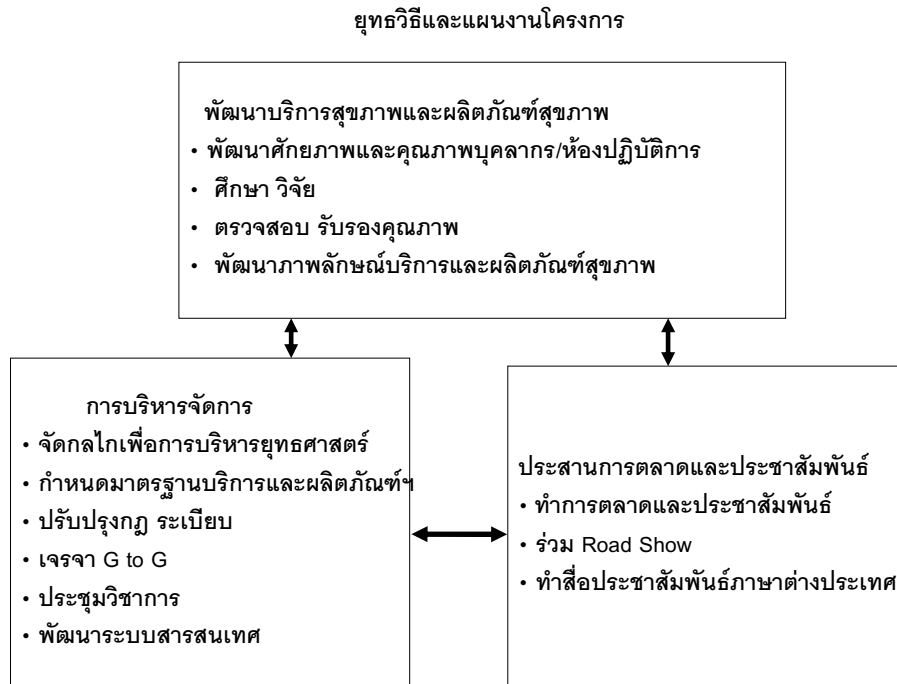
เป็นตลาดที่อยู่ใกล้กับประเทศไทยซึ่งให้การยอมรับในวัฒนธรรมไทยและรู้จักขนาดแผนไทยอยู่แล้ว ทำให้การบุกตลาดสปาเป็นไปได้ไม่ยากนัก เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น มาเลเซีย และจีน โดยเฉพาะปากีสถาน ต้องการทำธุรกิจสปาไทยสูง ตั้งแต่ที่ปรึกษาทางด้านสปาไทย การติดตั้งกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจสปาไทย การฝึกอบรม ผลิตภัณฑ์ และการตกแต่งสถานที่บรรยากาศซึ่งเป็นลักษณะของการผสมผสานสไตล์ไทยกับสไตล์ปากีสถาน สำหรับตลาดสิงคโปร์มีความต้องการเพิ่มขึ้น ปัจจุบันกิจการสปาของไทยในสิงคโปร์มีเพียง 1 แห่ง จึงเป็นโอกาสดีที่ไทยจะสามารถขยายตลาดธุรกิจสปาสู่สิงคโปร์ได้ทั้งในด้านการจัดตั้งสปาและการนวดแผนไทยและสินค้าต่างๆ ที่ใช้ในกิจการสปาซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้ในการบำบัดอีกด้วย

ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียง

เนื่องจากเป็นตลาดที่ไม่มีข้อจำกัดมากในเรื่องของการนำเข้าแรงงานและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ มีการจัดตั้งสถาบันสุขภาพและมีโครงการสร้างโรงพยาบาล ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ สปา และสถาบันวิจัย จึงเป็นโอกาสของสปาไทยที่จะขยายเข้าสู่ตลาดตะวันออกเฉียงทั้งรูปแบบบริการ ผลิตภัณฑ์ และแรงงาน

แม้ว่าโอกาสของธุรกิจสปาไทยในต่างประเทศ มีสูงและเปิดกว้างอย่างมาก แต่สิ่งที่สำคัญที่ประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนร่วมในธุรกิจควรมุ่งเน้นและเร่งดำเนินการคือการจัดมาตรฐานหลักสูตรและการออกใบรับรองมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในบริการและมีมือแรงงานระดับนานาชาติ

ดังนั้น จึงได้มีการจัดยุทธวิธีและแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาการบริการเพื่อเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชียดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การจัดยุทธวิธีและแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาการบริการเพื่อเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย

และประเทศไทย ได้มียุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศเพื่อหาสิ่งที่ดีงดูดีให้นักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียได้เข้ามาให้บริการในประเทศไทยให้มากขึ้น โดยยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ได้ 3 ประเด็นคือ

1. การรวมตัวของผู้ประกอบการธุรกิจสปา (Cluster Development)
2. การสร้างมาตรฐานวิชาการระดับสากล (Standardization)
3. การสร้างอัตลักษณ์ไทยล้านนาสปา (Differentiation)

และได้สร้างความแตกต่างและหลากหลายของธุรกิจบริการ สามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. ด้านความท้าทาย โดย ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจบริการของเอเชีย และ รายได้จากธุรกิจบริการในปี 2549 มูลค่า 137,600 ล้านบาท โดยได้มาจาก

- ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ 50,000 ล้านบาท
- โรงพยาบาลเอกชน 27,159 ล้านบาท
- การศึกษานานาชาติ 13,900 ล้านบาท
- สปา/เสริมความงาม/ นวดแผนไทย 5,300 ล้านบาท

2. การจัดการด้านกลยุทธ์ ได้แก่

- สร้างจุดเด่นและความแตกต่างให้ธุรกิจบริการไทย
- สร้างความเป็นเลิศในด้านคุณภาพและการให้บริการ
- นำภูมิปัญญาและสมุนไพรไทยมาประยุกต์
- ส่งเสริมธุรกิจบริการควบคู่ไปกับสินค้าส่งออกของไทย

3. กระบวนการ หรือวิธีการ ในการปฏิบัติการ ได้แก่

- สร้างภาพลักษณ์ธุรกิจบริการไทยให้เป็นที่ยอมรับของสากล
- ประสานความร่วมมือหน่วยงานเกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาธุรกิจบริการ
- พัฒนาระบบข้อมูลตลาดต่างประเทศธุรกิจบริการไทย
- พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ

2.2.2 โอกาสของธุรกิจสปา

1. ผลจากการเจรจาตกลงทางการค้า ได้แก่

- กลุ่ม ASEAN ได้มีการทำ Roadmap of Healthcare Integration ในส่วนของกลุ่มบริการ มีเป้าหมายหลักที่จะให้สมาชิกอาเซียนเปิดตลาดการค้าบริการและการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพระหว่างกันภายในปี พ.ศ.2553 โดยสมาชิกจะได้จัดทำเป้าหมายและตารางของการเปิดตลาดภายในปี พ.ศ.2553 รวมทั้งให้ทำความตกลงยอมรับในคุณสมบัติ (MRA) ของนักวิชาชีพด้านสุขภาพให้เสร็จสิ้นก่อนปี พ.ศ. 2551 และการอำนวยความสะดวกเคลื่อนย้ายของบุคลากรทางการแพทย์และการเดินทางกับคนไข้ เพื่อให้มีการค้าระหว่างกันมากขึ้น (ยังไม่มีข้อผูกพันกับ WTO, TAFTA)

- ความสัมพันธ์กับประเทศสหรัฐฯ มีข้อผูกพันกับ WTO ด้านสุขภาพ ได้เปิดตลาดโรงพยาบาลและ Healthcare facilities อาทิเช่น การให้สิทธิพิเศษแก่ชาวอเมริกันไปใช้บริการโรงพยาบาลในต่างประเทศได้ แต่การเปิดค่ารักษาพยาบาลจากประกันสุขภาพของรัฐจำกัดอยู่เพียงสถานพยาบาลในสหรัฐฯ หรือ รัฐที่ได้รับการรับรอง และการซื้ออุปกรณ์การแพทย์และการให้บริการทางการแพทย์บางอย่างถูกจำกัดตามปริมาณความต้องการ และรัฐนิวยอร์ก กำหนดบุคคลและรูปแบบธุรกิจที่จะเป็นการปฏิบัติการ (Operations) ของสถานพยาบาลได้ แต่ไม่มีข้อกำหนดเงื่อนไขและข้อจำกัดการเข้าไปลงทุนของต่างชาติ และสำหรับ FTA ระหว่างอเมริกา - สิงคโปร์, อเมริกา - ชิลี, อเมริกา - ออสเตรเลีย นั้น สงวนสิทธิ์การใช้มาตรการต่างๆ ในอนาคตในด้านการบริการสังคมที่เป็นการให้บริการเพื่อสาธารณะ เช่น การประกันสังคม การศึกษาภาครัฐ การ

ฝึกอบรมโดยภาครัฐ การประกันสุขภาพ และการดูแลเด็ก และข้อตกลงภายใต้กรอบ FTA ไทย-สหรัฐอเมริกา

- ข้อตกลงภายใต้กรอบ FTA ระหว่างประเทศไทย - ญี่ปุ่น ซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่ม

จำนวนของธุรกิจด้านสุขภาพ (กรมเจรจาการค้า, 2548)

2. กระแสค่านิยมการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพจากการบำบัดด้วยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

2.2.3 อุปสรรคของธุรกิจสปา

1. การให้ชาวต่างชาติสามารถเดินทางมารับบริการในประเทศไทยโดยไม่มีข้อจำกัดใดๆ รวมถึงการยินยอมให้สามารถเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลจากระบบประกันสุขภาพในกรณีที่มารักษาในประเทศไทย

2. การให้บุคลากรไทยสามารถเดินทางไปประกอบอาชีพเกี่ยวกับบริการสุขภาพ ยกเว้นผู้ประกอบวิชาชีพหลักเช่น Spa therapist หมอนวด เป็นต้น ที่ต้องได้รับการว่าจ้างจากประเทศปลายทางแล้ว ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานที่สำคัญภายในประเทศ

3. ขาดการเปิดตลาดให้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาไทย ไปลงทุนจัดตั้งสถานประกอบการสปา โดยไม่มีเงื่อนไข หรือได้รับการปฏิบัติไม่ด้อยกว่าคนในชาติ

4. การให้ต่างประเทศยอมรับด้านมาตรฐานฝีมือแรงงานไทย (Mutual Recognition of Qualification) ที่ได้รับการรับรองจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานของไทย

5. กฎระเบียบเกี่ยวกับผู้ให้บริการนวดในสหรัฐที่เข้มงวด และการลงทุนเปิดร้าน จะต้องเป็นพลเมืองอเมริกันและมีใบอนุญาตในการประกอบอาชีพผู้ให้บริการนวด

2.2.4 จุดอ่อนของธุรกิจสปา

1. จำนวนแพทย์ พยาบาลและบุคลากรด้านสาธารณสุข ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ โรงพยาบาลที่มีศักยภาพสูงในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีจำนวนน้อย และมีสถานที่ตั้งอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวหลักเท่านั้น จึงมีความจำเป็นต้องผลิตแพทย์และบุคลากรในสาขาที่เกี่ยวข้องรวมถึงเร่งปรับปรุงและขยายการบริการสุขภาพในโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนให้เพิ่มขึ้น มีความพร้อมและทันสมัย และขยายบริการไปทั่วประเทศเพื่อรองรับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้ป่วยชาวต่างประเทศที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

2. จำนวนของพนักงานที่ได้รับการรับรองฝีมือแรงงานขั้นสูงมีจำนวนน้อย ยังต้องการการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยได้พิจารณาจาก ปัจจัยที่มีผลกระทบทั้ง 5 คือ (มยุรี , 2549 การบรรยาย)

1. ขนาดของอุตสาหกรรม (Market size) พบว่า ขนาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีขนาดเล็กมาก โดยธุรกิจสปาและหรือนวดไทย ทำรายได้ 3,655 ล้านบาท ในปี 2546 เทียบกับรายได้รวมจากการท่องเที่ยวแต่ละปีพบว่า มูลค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สัดส่วนเพียงร้อยละ 1.0

2. ศักยภาพและแนวโน้มในการเติบโต (Growth Potential) ซึ่งประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าตลาดของอเมริกาจะมีขนาดเพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ใน 8-10 ปี คิดเป็นอัตราส่วนการเติบโตประมาณร้อยละ 10 ปี ขณะที่ประเทศไทยมีอัตราเติบโตร้อยละ 17 ในปี พ.ศ. 2547 โดยมีปัจจัยหลักสำคัญในการสนับสนุนและผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มี 3 ประเด็นคือ การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างประชากร ความตระหนักในการดูแลสุขภาพที่มุ่งเน้นแนวทางป้องกัน และความคุ้มค่าเงิน การมีส่วนร่วมและประสบการณ์ที่ประทับใจ

3. สถานการณ์การแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งหากพิจารณาประเทศคู่แข่งด้านสปาในอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ ซึ่งต่างได้เร่งส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโดยมีการผ่อนปรนกฎหมายเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ การอนุญาตให้สถานบริการสปาเปิดได้ 24 ชั่วโมง และสามารถจ้างพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 20 ได้ ซึ่งแตกต่างจากข้อกำหนดในประเทศไทย

4. ความสามารถในการทำกำไร และสร้างรายได้ ซึ่งผลตอบแทนจากการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพค่อนข้างน่าสนใจ เนื่องจากอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยอยู่ในช่วงประมาณ ร้อยละ 15 – 40 และสถานประกอบการสปาของไทย มีรายได้เฉลี่ยอยู่ประมาณ 12.8 ล้านบาทต่อปี และรายได้ของบุคลากรที่มีประสบการณ์และมีประกาศนียบัตรรับรองความสามารถ มีรายได้ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับบุคลากรในธุรกิจบริการอื่นๆ โดยมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท

5. ผู้บริโภค ซึ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูง เป็นวัยทำงาน มีรายได้สูง เป็นต้น

2.3 การดำเนินการธุรกิจสปา

กระทรวงสาธารณสุข เป็นเจ้าภาพในการกำกับดูแลมาตรฐานในการประกอบกิจการสปา เพื่อสุขภาพการตรวจอนุญาต หรือตรวจมาตรฐาน หรือหมายถึง การออกตรวจเพื่อพิจารณาออก

ใบอนุญาตประกอบกิจการและดำเนินการสถานพยาบาล และการตรวจมาตรฐานสถานพยาบาล เอกชนที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ตามแนวทางการตรวจมาตรฐานสถานพยาบาลที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืนและสถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน พ.ศ.2546 ของกองการประกอบโรคศิลปะ

2.3.1 วิวัฒนาการของธุรกิจสปา

สปาถือกำเนิดมาได้หลายศตวรรษแล้ว เริ่มมาตั้งแต่สมัยอียิปต์โบราณและยุคโรมัน เรียกว่า โรมันบาส โดยการใช้ น้ำหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นน้ำร้อน น้ำเย็น ใอน้ำ และการประคบ กลางแจ้งที่ไม่ใช่อาบน้ำในบ้าน เพื่อให้สุขภาพร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลายและมีชีวิตชีวา บางตำนานกล่าวว่าเมื่อ พ.ศ. 1893 ขณะที่จักรพรรดิโรมันที่มีชื่อพระเจ้าชาร์ลที่ 4 ออกล่ากวางพระองค์ได้ค้นพบบ่อน้ำพุร้อนที่เมืองคาร์โลวี แวรี่ (Karlovy Vary) ซึ่งเป็นเมืองที่มีแม่น้ำสองสาย คือ โอเร (Ohre) และ เทปลา (Tepla) ไหลมาบรรจบกัน ซึ่งในเวลาต่อมาได้รับการพัฒนาจนมีบ่อน้ำพุ 12 บ่อ น้ำพุร้อนแต่ละบ่อมีปริมาณเกลือแร่และธาตุที่มีวิตามินเป็นส่วนประกอบสำคัญปนอยู่ในปริมาณเข้มข้น สารเหล่านี้มีสรรพคุณช่วยฟื้นฟูร่างกาย รวมทั้งรักษาโรคอุนหภูมิขของน้ำในบ่อน้ำพุร้อนอยู่ระหว่าง 42 ถึง 73 องศาเซลเซียส

สปา หรือ ศาสตร์แห่งการฟื้นฟูสุขภาพด้วยน้ำ หมายถึง สถานที่ที่มีน้ำโดยมากหมายถึง น้ำแร่หรือบ่อน้ำพุร้อนที่มีคุณสมบัติในการรักษาโรค และเป็นผลดีต่อร่างกาย คำว่า สปา (Spa) เป็นชื่อเมืองเล็กๆ ของประเทศเบลเยียม หรือ the water city ซึ่งมีชื่อเสียงในการให้บริการอาบน้ำแร่มาตั้งแต่สมัยโรมัน และได้นำคำว่าทับศัพท์ว่า Spa ซึ่งเป็นคำย่อของอักษรตัวแรกที่มีรากศัพท์จาก “Sanus Per Aqua” ที่แปลว่า “health through water” หรือ มีสุขภาพดีด้วยน้ำ ดังนั้น สปา หมายถึง สถานที่ที่มีการให้บริการดูแลและรักษาสุขภาพด้วยน้ำบำบัด อาจเป็นน้ำแร่ น้ำพุ ร้อย น้ำทะเล น้ำลำธาร น้ำสระ น้ำอาบ อบไอน้ำ อบสมุนไพร ประคบด้วยน้ำ พอกโคลน ออกกำลังกายในน้ำ แช่ตัวในน้ำแร่ นำนม บำรุงผิวด้วยผลิตภัณฑ์นานาชนิด เป็นต้น และรวมถึงเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เช่น อ่างน้ำวน อบไอน้ำ ซาวน่า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพ บำบัดโรค ฟื้นฟูสุขภาพ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมด และเป็นสถานที่สำหรับฟื้นฟูและพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าของร่างกายและจิตใจ ทำให้ร่างกายและจิตใจแจ่มใส โดยวิธีการบำบัดของสปานั้น ส่วนใหญ่เป็นวิธีการบำบัดแบบธรรมชาติ ด้วยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ รวมไปถึงการพัฒนาระบบการและฟุ้งด้วยรูปแบบบริการอื่นๆ ที่ทันสมัยอย่างในปัจจุบัน

สปายุคใหม่ (Millennium Spa) เป็นสปารูปแบบใหม่ที่ทันสมัย โดยการใช้ศิลปะสถาปัตยกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาตกแต่งสิ่งแวดล้อม บรรยากาศ และกระบวนการในการให้บริการ ได้แก่ การมีสระน้ำขนาดใหญ่อยู่ตรงกลาง ล้อมรอบด้วยกระจกหกล้อม พื้นที่ถูกสระน้ำแบ่งเป็นห้องเล็กๆ เพื่อการบำบัดรักษา ผังเข็ม ห้องกายภาพบำบัด ห้องสระน้ำวน เป็นต้น และมีอีกอาคารเป็นศูนย์วิจัยค้นคว้าด้านปรัชญาสุขภาพ

2.3.2 ประเภทธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจประเภทบริการที่ให้บริการโดยตัวเองหรือโดยพนักงาน การทำธุรกิจนี้ในลักษณะเสนอบริการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่จำเป็นที่จะใช้เงินลงทุนมาก แต่ต้องใช้ความรู้ความชำนาญสูง เช่น คลินิกรักษาโรค สปาเพื่อสุขภาพ สถานบริการนวดเพื่อสุขภาพ สถานบริการนวดเพื่อเสริมสวย สถานพยาบาล สถานดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุ และสถานรับเลี้ยงและดูแลเด็กและการประกอบธุรกิจการดูแลสุขภาพนั้น จะต้องได้รับใบอนุญาตจากกองการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขเสียก่อน เช่น

1. สถานพยาบาลที่ไม่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (คลินิก)
2. สถานพยาบาลที่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน (โรงพยาบาล)
3. ธุรกิจบริการสุขภาพได้แก่ สปาเพื่อสุขภาพ สถานบริการนวดเพื่อสุขภาพและสถานบริการนวดเพื่อเสริมสวย
4. สถานดูแลผู้สูงอายุและเด็ก

แต่ละประเทศมีรูปแบบบริการสปาไม่แตกต่างกันมากนัก ขึ้นอยู่กับการนำมาประยุกต์หรือผสมผสานศิลปะและความคิดให้มีลักษณะที่โดดเด่นตามแผนการตลาดการออกแบบสปา (Spa concept) การวางตำแหน่งสถานะ สถานที่บริการ ที่บอกเอกลักษณ์สอดคล้องกันความต้องการของตลาด ซึ่งล้วนเน้นการฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ การจำแนกประเภทธุรกิจสปาตามหลักการของสมาพันธ์สปาระหว่างประเทศ (The International Spa Association: ISPA - Europe) ได้แบ่งประเภทของสปา ออกเป็น 7 ประเภทตามประเภทการให้บริการหรือตามประเภทสถานประกอบการธุรกิจสุขภาพ และตามที่สำนักงานสาธารณสุขได้ให้คำอธิบายได้ คือ

1. สปาครบวงจรหรือสปาที่บริการเฉพาะ (Destination Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปาที่มีจุดมุ่งหมายในการให้บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง (Fitness) ผู้รับบริการเมื่อเข้าไปรับบริการแล้วจะรู้สึกถึงความสุขสดชื่น มีชีวิตชีวา (Rejuvenation) เป็นสปาครบวงจร ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนวิถีชีวิต พฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยบริการหลักประกอบด้วย การนวดและวารีบำบัด โดยมีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การดูแลรักษารูปร่าง การควบคุมน้ำหนัก โภชนา

บำบัด โยคะ การทำสมาธิ ดนตรีบำบัด อาชีวบำบัด ฯลฯ โดยมีผู้ให้บริการในลักษณะของทีมบำบัด ประกอบด้วย บุคลากรทางการแพทย์ พนักงานนวด รวมทั้งมีการจัดบริการในลักษณะของการให้คำปรึกษา การตรวจและประเมินสุขภาพ การกำหนดโปรแกรมและเป้าหมายเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ เช่น ชีวศาสตร์

2. สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa) หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการสปาที่ตั้งอยู่ในโรงแรมและรีสอร์ทต่าง ๆ เป็นบริการเสริมที่โรงแรมและรีสอร์ทเหล่านั้นจัดขึ้นสำหรับลูกค้าที่เข้ามาพักที่โรงแรมและรีสอร์ท รวมทั้งบุคคลภายนอก เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อการเสริมสร้าง ฟื้นฟูความมีชีวิตชีวาแก่ผู้มารับบริการ และเพื่อการเสริมสวย เสริมความงาม รายการบริการที่จัดให้มี เช่น การนวด การใช้น้ำเพื่อสุขภาพ การอบ ประคบสมุนไพร การเสริมความงามใบหน้าและร่างกาย อาหารแลเครื่องดื่มสมุนไพร Fitness โยคะ สมาธิ เป็นต้น โดยมีผู้ให้บริการประกอบด้วย ผู้ดำเนินการสปา พนักงานสปา พนักงานนวด จัดบริการในลักษณะของการต้อนรับ แนะนำการใช้บริการ และให้บริการตามที่ผู้มารับบริการเลือกใช้ ส่วนใหญ่เป็นรายการบริการที่ใช้ระยะเวลา 1-6 ชั่วโมงต่อครั้งต่อวัน

3. สปาในโรงพยาบาลและคลินิกหรือสปาทางการแพทย์ (Medical Spa) หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการสปาที่ให้บริการในสถานพยาบาล มีการดูแลแบบเต็มเวลา โดยบุคลากรทางด้านสุขภาพที่มีใบอนุญาต ให้การบำบัดรักษาโรค (Curative & Treatment) ฟื้นฟูสมรรถภาพจากการเจ็บป่วย (Rehabilitation) และส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง (Health Promotion & Fitness) แบบแพทย์แผนโบราณและแพทย์ทางเลือก โดยให้บริการในด้านความงาม และการดูแลสุขภาพ และการป้องกันโรคสภาพแวดล้อมบรรยากาศแบบสปา

4. สปาทั่วไป หรือสปาในเมือง (Day Spa) หมายถึง สถานที่ประกอบกิจการสปาที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป โดยไม่มีห้องพัก มีจุดมุ่งหมายการบริการเพื่อการผ่อนคลาย หลังภารกิจประจำวัน หรือ ประจำสัปดาห์ เพื่อการฟื้นฟูหรือเสริมสมรรถนะของร่างกาย การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การใช้น้ำเพื่อสุขภาพ เช่น สระน้ำ อ่างน้ำวน บ่อน้ำร้อน-น้ำเย็น การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อการอบประคบ สุนทรบำบัด (Aromatherapy) การเสริมสวย ฯลฯ ผู้ให้บริการประกอบด้วย พนักงานนวด พนักงานเสริมสวย โดยมีการจัดบริการให้ผู้รับบริการเลือกได้ตามรายการที่กำหนด ใช้ระยะเวลาในการให้บริการ 1-6 ชั่วโมงต่อครั้งต่อวัน

5. Club Spa หมายถึง สปาที่จัดไว้สำหรับสมาชิกเฉพาะของกิจกรรมเพื่อสุขภาพหรือกีฬา เน้นให้บริการแบบฟิตเนสหรือคลับที่เปิดรับเฉพาะสมาชิกและมีบุคลากรมืออาชีพให้การดูแลแบบวันต่อวัน เช่น สปาในสนามกอล์ฟ สปาในสถานออกกำลังกาย (Health Club/Fitness Center)

6. Mineral Springs Spa หมายถึง สปาที่อยู่ใกล้หรือใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ

7. Cruise Ship spa หมายถึง สปาที่อยู่บนเรือสำราญ สปาขนาดเล็ก (Day spa) ผสมผสานกับการออกกำลังกาย การจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้มีความสุขตลอดการเดินทาง โดยบุคลากรมืออาชีพ ให้บริการทั้งแบบสปาฟิตเนสและโภชนบำบัด

นอกจากนี้ จรัสศรี ได้เพิ่มเติม Beauty spa เป็นสปาที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องของความสวยงาม และยังมีสปาประเภทอื่นๆ เช่น อีโคสปา (Eco-Spa) เน้นการบริการที่หรูหราสไตล์ดั้งเดิม และเน้นการใช้สารธรรมชาติ สปาในท่าอากาศยาน (Airport Spa) เปิดให้บริการแก่ผู้เดินทางที่มีเวลาน้อยแต่ปรารถนาที่จะผ่อนคลายและเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกายและจิตใจอย่างรวดเร็ว สปาสำหรับท่านชาย ให้บริการแก่ผู้ชายโดยเฉพาะ เป็นต้น

จากรายงานการวิจัยของสถาบัน SME (2546) ได้แบ่งประเภทธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ได้หลายแบบดังนี้

1. แบ่งตามสถานที่ตั้ง ซึ่งแบ่งได้เป็น สปาที่ตั้งอยู่กลางเมือง (City Spa) และ รีสอร์ทสปา จะตั้งกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวหลัก

2. แบ่งตามลักษณะการใช้บริการ เช่น ใช้เวลาสั้นและไม่พักค้างคืน เรียก Day Spa และหากใช้เวลานาน และมีที่พักค้างคืน มีโปรแกรมแบบครบวงจร มีผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญ อาจใช้เวลา 2-3 วัน หรือ 2-3 สัปดาห์ มักเป็นสถานที่ที่สงบ มีความเป็นส่วนตัวสูง เรียกว่า Destination spa

3. สปาอาจอยู่ร่วมกับธุรกิจอื่น และจะเรียกไปตามธุรกิจนั้น เช่น อยู่ในสโมสรหรือชมรมต่างๆ เรียก Club spa อยู่บนเรือสำราญ เรียก Cruise Ship spa และถ้าอยู่ที่โรงพยาบาลเรียก Medical spa

4. รูปแบบลักษณะของธุรกิจ แบ่งได้ 3 แบบ คือ

แบบที่ 1 สปาแบบตะวันตก ที่มักจะใช้เครื่องมือที่ราคาแพง และมักจะนำเข้า ผู้ใช้บริการต้องเรียนรู้วิธีการใช้เครื่องมือและให้บริการได้อย่างถูกต้อง

แบบที่ 2 สปาแบบประยุกต์ คือผสมผสานระหว่างสปาแบบตะวันตกให้เข้ากับภูมิปัญญาและขนบธรรมเนียมไทย

แบบที่ 3 สปาแบบไทยแท้ ซึ่งจะเชื่อมโยงมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ขนบธรรมเนียม - ประเพณีไทย และจัดบรรยากาศให้เป็นบ้านหรือเป็นบ้านสวน เรียกว่า ไทยสปา

5. แบ่งตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข หรือธุรกิจสปาที่ให้บริการในประเทศไทย แบ่งได้ 4 ประเภทคือ สปาครบวงจร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2 ของผู้มาใช้บริการทั้งหมด สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel/Resort Spa) มีสัดส่วนร้อยละ 45 สปาในโรงพยาบาลและคลินิก (Medical Spa) มีสัดส่วนร้อยละ 8 และ Day Spa มีสัดส่วนร้อยละ 45

จากความนิยมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้เกิดรูปแบบการบริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง (รศ.ชัชยศ, 2548) ได้แก่

1. Amenity Spa ซึ่งมีลักษณะคล้าย Hotel/Resort Spa แต่ต่างกันที่การบริหารงานไม่จำเป็นต้องสร้างรายได้หรือผลกำไรเป็นหลัก แต่มีไว้เป็นส่วนประกอบเพื่อเสริมความสมบูรณ์ของธุรกิจการให้บริการโรงแรม ใช้เป็นจุดขายเพิ่มความดึงดูดใจเท่านั้น ซึ่งอาจจะมีความเล็กและไม่มี ความหลากหลายเท่ากับสปาที่เปิดเป็นศูนย์กำไร (Profit Center) เพื่อสร้างรายได้ให้โรงเรียนหรือรีสอร์ท อาจจะเรียกได้ว่าเป็น Mini Spa และส่วนใหญ่จะให้บริการเฉพาะแขกผู้มาพักในโรงแรม เท่านั้น

2. Cosmedi Spa สาขาที่แตกออกมาจาก Medical Spa ที่มีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความงามทางการแพทย์ (Cosmetic Medical) หรือเป็นคลินิกความงามที่พัฒนา มาเป็นสปาด้วยการรวมบริการสปาเข้าไปด้วย มีการคาดการณ์กันว่าคอสมเมดิสปาจะพัฒนาไปใน ทิศทางของการรวมความงามและการพักผ่อนหลังการผ่าตัดในรูปแบบเดสทินชันสปา

3. Romantic Spa สำหรับการเตรียมตัวเป็นเจ้าสาว สำหรับคู่รัก คู่แต่งงานใหม่ หรือฉลอง ครบรอบแต่งงาน มุ่งเน้นสถานการณ์ที่สันโดษเป็นส่วนตัว การตกแต่งที่สวยงามประทับใจ และ คัดสรรเฉพาะบริการแบบคู่เท่านั้น

4. Weight Loss Spa สำหรับผู้ที่ต้องการบริหารควบคุมหรือลดน้ำหนักเป็นสำคัญ ใน สหรัฐอเมริกาเปิดให้บริการแล้ว 9 แห่ง ได้แก่ Bird Wing Spa, Cal-a-Vie, Canyon Ranch, Duke Diet & Fitness Center, The Golden Door, Green Mountain at Fox Run, Green Valley, Hippocrates Health และ New Age Health Spa

5. Maternity Spa สำหรับหญิงตั้งครรภ์และคุณแม่หลังคลอดและการฟื้นฟูร่างกาย

6. Adventure Spa เป็นการทำสปาควบคู่กับกิจกรรมเสริมกลางแจ้งในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ ผู้บำบัดได้ออกกำลังกายหรือใช้กำลังมากยิ่งขึ้น เช่น การปีนภูเขา การพายเรือแคนู แคมป์ปิ้ง เป็นต้น

7. รูปแบบธุรกิจการให้บริการควรคำนึงถึง สปา (Spa) ตลอดจนเกิดการให้บริการซ้ำ สามารถแข่งขันในตลาดสากล โดยประสบการณ์สปา ได้แก่

- | | |
|---------------|---|
| 1. Relax | การรู้สึกผ่อนคลายความเครียด |
| 2. Reflect | ความสามารถในการจินตนาการไปยังสิ่งที่มีความสุขหรือ
บรรยากาศที่น่าทึ่งจำ |
| 3. Revitalize | เป็นการเติมพลังชีวิตจากธรรมชาติ ช่วยให้กระปรี้กระเปร่า |
| 4. Rejoice | การได้รับความรู้สึกสดชื่นเบิกบาน |
- สปาแต่ละแบบจะมีขนาดพื้นที่และโปรแกรมการบริการที่แตกต่างกัน โดยพื้นที่ให้บริการ
สปาต้นแบบประกอบด้วย

- การบริหารพื้นที่และอุปกรณ์และการบริหารงาน
- รูปแบบการให้บริการ
- การวิเคราะห์ทางการเงิน
- ร่าง Floor Plan, Interior Perspective
- รายละเอียดการตกแต่งภายในและงานระบบ

กองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข ได้แบ่งสปา เป็น 3 แบบ คือ

1. ไทยสปา
2. สปาตะวันตก
3. ไทยสปา

1. ไทยสปา เป็นวิธีการดูแลสุขภาพและความงามแบบของศรีรวมอย่างไทย โดยมีการ
ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยและยังคงไว้ซึ่ง ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย อย่างชัดเจน โดยรวม
การบริการไว้สี่ด้านด้วยกัน คือ หัตถบำบัด วาริบำบัด สุนทรบำบัด และ โภชนบำบัด เพื่อให้เกิด
ความสมดุลของธาตุเจ้าเรือนทั้งสี่ในร่างกาย คือ ดิน น้ำ ลม และไฟ

สปาไทย เป็นองค์ประกอบร่วมของความสบาย 7 อย่าง คือ

1. ที่อยู่อาศัย ภูมิทัศน์ที่สวยงาม สงบ สบาย
2. สิ่งแวดล้อม ร่มรื่น เย็นสบาย
3. บุคคลรอบข้าง มีจิตใจงดงาม ให้บริการด้วยความจริงใจ เกิดความสบาย
4. อิริยาบถ ยืน เดิน นั่ง นอน สบาย
5. อาหาร ที่รับประทานต้องถูกต้องตามหลักโภชนาการ ช่วยให้ผู้รู้สึกสบาย
6. การคมนาคมที่สะดวกสบาย
7. การได้ยิน ได้ฟังเสียงที่จรรโลงจิตใจให้เกิดความสบาย

จึงทำให้สปาที่นำเอาวิถีการดำรงชีวิตความเป็นอยู่แบบไทย วัฒนธรรมไทย และภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการให้บริการ และได้รับการเรียกชื่อว่า “ไทยสปาบายะ” ซึ่งสถาบันส่งเสริมการแพทย์แผนไทย มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา ได้มีการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมไทยสปาบายะ มีการจัดการเรียนการสอนวิชาชีพบริการสปาให้แก่ผู้ที่สนใจและต้องการนำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพ หลักสูตรการอบรมสปาของศูนย์ฝึกอบรมไทยสปาบายะมีหลายหลักสูตร เช่น การดูแลผิวหน้าและผิวกายด้วยสมุนไพร การนวดน้ำมันตามธาตุเจ้าเรือน การทำสปามือและเท้า การทำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา เป็นต้น หลักสูตรเหล่านี้ได้รับการรับรองจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

2. สปาตะวันตก มีมาตรฐานการให้บริการแบบตะวันตก โดยภูมิปัญญาแบบตะวันตก เช่น การใช้อ่างน้ำ วน อบไอน้ำ การใช้เครื่องมือออกกำลังกาย สปาไทยมีมาตรฐานการให้บริการแบบเดียวกับสปาตะวันตก แต่มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาตะวันออกและภูมิปัญญาไทย เข้าไปด้วยโดย กิจการสปาสามารถผนวกเข้ากับกิจการอื่นได้เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย ที่นิยมทำกัน คือ Fitness & Spa, Spa & Salon หรือ Spa & Cuisine

3. ไทยสปา เป็นการนำวิถีชีวิตคนไทยในการดูแลสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำ และธรรมชาติตามภูมิปัญญาไทย เช่น

1. การอบและประคบด้วยสมุนไพรไทย มักใช้ควบคู่กับการนวดไทย เพื่อให้ความร้อนและตัวยาสมุนไพรซึมผ่านเข้าสู่ร่างกายเพื่อรักษาอาการปวดบวมอักเสบของกล้ามเนื้อ เอ็นข้อต่อ ช่วยให้เกิดโลหิตไหลเวียนดีขึ้น และคลายความเครียด ช่วยให้นอนหลับดีขึ้น

2. การนวดเพื่อผ่อนคลายและรักษาอาการต่างๆ การนวดเป็นศาสตร์ที่ทรงคุณค่าของการแพทย์แผนไทยมาช้านาน การนวดหลัก ๆ ได้แก่ การนวดแบบเชลยศักดิ์ เป็นการนวดด้วยการนวด บีบ จับ ดัด เพื่อผ่อนคลายอาการเมื่อยล้า เป็นวิธีการนวดแบบพื้นบ้าน ส่วนการนวดแบบราชสำนัก นั้นเป็นการนวดที่มีหอมหลวงนวด กตจุดเพื่อรักษาอาการต่างๆ ด้วยพลังจากนิ้วหัวแม่มือ ในอดีตนวดประเภทนี้จะทำถวายแก่พระมหากษัตริย์ และราชวงศ์ในวังเท่านั้น

3. อาหารพืชผักสมุนไพรพื้นบ้าน ในวงการแพทย์แผนไทยเชื่อว่าอาหารรสต่างๆ มีสรรพคุณบำรุงรักษาส่วนประกอบของร่างกายหรือธาตุทั้งสี่คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ อาหารไทยจึงมีคุณค่าในการปรับสมดุลธาตุทั้งสี่ในร่างกายมนุษย์ ช่วยให้ร่างกายแข็งแรง และมีภูมิต้านทานโรค ยาสมุนไพรเป็นตำรับยาโบราณที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรหลายชนิดช่วยปรับให้ร่างกายเกิดความสมดุลสามารถปรับให้เหมาะกับธาตุของแต่ละคนโดยไม่มีผลข้างเคียงแทรกซ้อน พืชผักสมุนไพรที่นำมาใช้ประกอบโปรแกรมการดูแลสุขภาพใน สปาเป็นพืชผักที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น

4. การออกกำลังกายแบบฤๅษีดัดตน เป็นภูมิปัญญาไทยที่ฝึกให้ร่างกายแข็งแรง เป็น

การยืดเส้นยืดสายด้วยการใช้ท่าทางประกอบกับการหายใจที่มีปฏิบัติกันมาตั้งแต่สมัย
รัตนโกสินทร์ตอนต้น

5. การทำสมาธิ เป็นวิถีพุทธศาสนาด้วยวิธีการเจริญสติ จนบังเกิดเป็นสมาธิ ช่วยผ่อนคลายความเครียด อีกทั้งยังทำให้สติตั้งมั่นบังเกิดปัญญาสามารถแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างผ่อนคลาย การทำสมาธิด้วยวิถีพุทธกำลังเป็นที่สนใจของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

6. การอบแห้งหรือชาวน้ำ เป็นประเพณีไทยดั้งเดิม ที่ใช้ในการรักษาขวัญกำลังใจสำหรับมารดาหลังคลอด โดยมีการให้อาบน้ำต้มสมุนไพร และทาตัวด้วยขมิ้นเพื่อบำรุงรักษาอาการอักเสบที่ผิวหนัง ในอดีตมีการใช้ความร้อนจากกองฟืนในเตาถ่านประกอบการรักษาผิวหนังพรรณ ลดน้ำหนักและไขมันส่วนเกิน ปรับสมดุลระหว่างร่างกายกับอุณหภูมิภายนอก

วิธีการดูแลรักษาสุขภาพไทยตั้งแต่อดีต เป็นองค์รวมของการดูแลสุขภาพในระบบธรรมชาติบำบัด ผสมผสานกับวัฒนธรรมไทยที่เต็มไปด้วยอักษณศาสตร์ไม่ตรีอันงดงามพร้อมด้วยรอยยิ้มสยามต้อนรับแขกผู้มาเยือน ทำให้สปาไทยเป็นเสน่ห์แห่งตะวันออกอย่างแท้จริง เป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงสืบทอดและสืบสานมาจนถึงปัจจุบัน

การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว สปาเป็นธุรกิจในปี 3(21) ของ พ.ร.บ การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ซึ่งหากนักลงทุนต่างชาติต้องการเข้าลงทุนโดยถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 49 ต้องมาขออนุญาตจากคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ประกาศกระทรวงสาธารณสุข กำหนดให้ผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย และการออกใบอนุญาตนั้น ผู้ประกอบการที่ยื่นขอให้รับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ดำเนินกิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ และกิจกรรมเพื่อความงาม ต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้สปาไทย ควรได้รับการสนับสนุนกิจกรรมต่อเนื่องได้แก่ เสริมสวย ทำผม อาหารแบบสปา (Spa Cuisine) การล้างพิษ การออกกำลังกาย โยคะ การนึ่งสมาธิ ฯลฯ ดังนั้น การสนับสนุนธุรกิจอื่นๆ ได้แก่ เทียน เพอร์นิเจอร์โต๊ะ เก้าอี้ และผ้า เป็นต้น

2.3.3 การให้บริการและองค์ประกอบของสปา

บริการในสปา เป็นบริการสุขภาพแบบองค์รวม ผสมผสาน เชื่อมโยงการส่งเสริมสุขภาพและความงามเข้าด้วยกัน สถานที่บริการสปา จึงต้องมีสิ่งจำเป็นพื้นฐานให้พร้อม คือ

1. สถานที่ตั้ง ลักษณะของอาคาร พื้นผิว ความสะอาด แสงสว่าง ต้องถูกหลักสุขอนามัยตามระเบียบของกองการประกอบโรคศิลปะ

2. บุคลากร ต้องมีใบอนุญาตตามระเบียบของกระทรวงสาธารณสุข ดังนี้

- 2.1 ผู้ดำเนินการสปาต้องสอบให้ได้ใบอนุญาตของกองการประกอบโรคศิลปะ
- 2.2 ผู้ให้บริการในสปา ต้องสอบให้ได้ ใบอนุญาตของกองการประกอบโรคศิลปะ หรือได้รับใบประกาศนียบัตร จากสถานศึกษาที่ได้รับการรับรองจากกองการประกอบโรคศิลปะ
3. กิจกรรมการให้บริการ
 - 3.1 ทำความสะอาด นวด ชัด พั่น พอก บำรุงผิว
 - 3.2 ทำความสะอาด และดูแลความงามของใบหน้า มือและเท้า
 - 3.3 บริการประคบ อบ แช่สมุนไพร
 - 3.4 แนะนำหรือบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ
 - 3.5 ใช้น้ำมันหอมระเหยและผลิตภัณฑ์สปา

องค์ประกอบของสปา

การนวดโบราณแบบไทยและสปา ซึ่งการบริการหลักในสปาที่เป็นต้นแบบมีอยู่ 3 แบบ คือ การบำบัดด้วยน้ำ (Hydrotherapy) การบำบัดด้วยผลิตผลจากทะเล (Thalassotherapy) และ การบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy)

นอกจากกิจกรรมบำบัดสุขภาพที่เป็นผลจากน้ำแล้ว ยังประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 กิจกรรม ได้แก่ การให้บริการทางโภชนาการ การออกกำลังกาย และความงาม ซึ่งแต่ละกิจกรรมมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งตอบสนองของความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้จัดการสปาจะต้องพัฒนารูปแบบและสปาเมนูให้เหมาะสมต่อไป แต่หัวใจสำคัญของสปา มี 4 ประการคือ 1. การอาบน้ำ 2. การชำระร่างกาย 3. การให้ความร้อนแก่ร่างกาย 4. การขัดถู นวด ผ่อนคลาย และต้องสามารถสัมผัสสโตนประสาททั้ง 5 คือ

1. รูป สปาจะการสร้างบรรยากาศ ให้ร่มรื่นและมีความรู้สึกผ่อนคลายจากธรรมชาติ เช่น ตกแต่งเป็นสวนรุกขชาติ น้ำพุร้อน มุมสงบของทะเล ป่าเขา หรือการตกแต่งสถานบริการสปาด้วยสีสันของแมกไม้ นานาพันธุ์
2. รส สปาจะให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ที่มีคุณสมบัติช่วยขับสารพิษที่ตกค้างในร่างกาย และเสริมสร้างสุขภาพควบคู่กันไป ด้วยศาสตร์แห่งโภชนาการ
3. กลิ่น สปาจะใช้หลักของสุนทรบำบัด (Aromatherapy) ในการบำบัดด้วยพฤษชาติ ดอกไม้ (flower essence) หรือสมุนไพร เพื่อสร้างความสมดุลของร่างกาย จิตใจและวิญญาณ

4. เสียง สปาจะใช้การนำเสียงเพลงบรรเลงมาช่วยในการผ่อนคลาย เปิดโอกาสให้คนหลบเลี่ยงจากเสียงรบกวน มาแสวงหาความสงบในสถานบริการสปา โดยมีความเชื่อกันว่าเสียงมีพลังในการบำบัดโรค

5. สัมผัส สปาจะนำหลักการนวด (Massage) ใช้สัมผัส ให้ความใส่ใจต่อองค์ประกอบของความเป็นมนุษย์แบบองค์รวม คือทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ เพื่อผ่อนคลาย ซึ่งนำภูมิปัญญาตะวันตกมาผสมกับการนวดแผนโบราณของแต่ละท้องถิ่น

เมนูสปาจึงมีการเสนอบริการที่หลากหลายในบรรยากาศแวดล้อมและประสบการณ์ที่แตกต่างไว้ ดังนั้นทุกสปา จำเป็นต้องสรรหาทรีตเมนต์ ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองให้ได้ นอกจากนี้จะสร้างความแตกต่างแล้ว ยังเป็นสิ่งดึงดูดใจ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก โดยแบ่งเมนูให้บริการ เป็นเมนูเดี่ยว (a la carte basis) เช่น facial treatment หรือ body treatment มีรายการอะไรบ้าง และเมนูที่เป็นแพ็คเกจ (half and full day package) เช่น ในเวลา 3 ชั่วโมง ลูกค้าจะได้รับบริการอะไรบ้าง อาทิ มีการขัดผิว อบไอน้ำ การอบตัวด้วยสมุนไพร หรือการนวด ฯลฯ หรืออาจเป็นแพ็คเกจแบบติดกันหลายวัน (multi-day package) ตามมีวัตถุประสงค์ในการรับบริการที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. การแช่น้ำ หรือการอาบน้ำแร่

น้ำแร่มีส่วนผสมของเกลือแร่ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ได้แก่ Sodium Chloride, Sodium Carbonate, Sodium Bicarbonate, Potassium, Calcium และ เกลือ Magnesium ซึ่งเป็นแร่ธาตุที่ช่วยรักษาโรค การแช่น้ำแร่มีประโยชน์ในการบำรุงผิวพรรณ และการลอยตัวในน้ำ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและน้ำอุ่นจะช่วยเรื่องระบบการไหลเวียนโลหิตในร่างกาย ส่วนน้ำเย็น ทำให้อวัยวะสดชื่น

2. การนวด (The Generic Massage)

การนวดเป็นบริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เป็นศาสตร์ที่ใช้การเคลื่อนไหวของมือบนผิวหนังกล้ามเนื้อและเนื้อเยื่อส่วนต่างๆ เพื่อบรรเทาความเครียด ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดความกระวนกระวายช่วยให้ระบบไหลเวียนโลหิตทำงานดีขึ้น ทำให้ออกซิเจนไปหล่อเลี้ยงเซลล์เพิ่มขึ้น รวมทั้งยังกระตุ้นระบบการทำงานของต่อมน้ำเหลือง ซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพทั้งกายและจิต สิ่งที่สำคัญที่สุดของการนวดอยู่ที่ผู้นวดหรือผู้บำบัด (Therapist) จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกายวิภาคศาสตร์และสรีระศาสตร์ (Anatomy and Physiology)

การนวดนั้นมีหลายชนิดได้แก่

2.1 การนวดสวีดิช (Swedish massage) การนวดที่ธรรมดาและเป็นที่นิยมที่สุด

การนวดแบบสวีเดน หรือสวีดิช เป็นการนวดคลาสสิกประเภทหนึ่ง เป็นสไตล์การนวดที่หนักหน่วง และมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเพิ่มพลังงาน สร้างความแข็งแกร่ง ทำให้ระบบในการหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น ทำให้เกิดความผ่อนคลายและความสบายใจ ลักษณะเด่นของการนวดสวีดิชตรงที่มีการจับพลิกแพลงในแบบต่างๆ มากมายเช่นกัน

- เอฟเฟลอเรจ (Effleurage) เป็นการนวดเบาๆ ไม่ว่าจะ เป็นผิว หรือส่วนที่อยู่ลึก ประกอบด้วยการลูบแบบที่หมุนวนเข้าไปหาหัวใจเพื่อเพิ่มการหมุนเวียนโลหิต กับการลูบแบบหมุนวนสลับกันไปทางซ้ายที่ ขวาที่ และการลูบวนเป็นวงเกลียว ซึ่งจะกระตุ้นการหมุนเวียนของโลหิตที่ผิวหนัง

- เพ็ตทริสเสจ (Petrissage) เป็นการขยำ นั่นก็คือ กล้ามเนื้อจะถูกยกขึ้นดึงให้ห่างออกมาจากกระดูกแล้วบีบ การขยำนี้อาจจะกระตุ้นการหมุนเวียนโลหิตในเส้นโลหิตที่อยู่ลึกลงไป รวมทั้งการหมุนเวียนของน้ำเหลือง และเห็นการให้กล้ามเนื้อได้ออกกำลังกาย

- เทปอเทเมนต์ (Tapotement) หรือการลูบแบบเคาะ โดยการตีแบบแบมือ ห่อมือ หรือตบเบาๆ ลงที่กล้ามเนื้อและประสาท และทำให้เกิดความสงบ

- ฟริคชัน (Friction) เป็นการออกแรงกดลงไปบนเนื้อเยื่อ การนวดแบบนี้ทำให้อุณหภูมิในบริเวณนั้นสูงขึ้น และมีประโยชน์ในการทำให้เอ็นหรือพังผืดที่ติดกันได้แยกออกจากกัน

- ไวเบรชัน (Vibration) เป็นการนวดซึ่งจะมีการเขย่าหรือการเคลื่อนไหวอย่างมีจังหวะในระดับความเร็วต่างๆ กัน ทำให้เกิดคลื่นความสั่นสะเทือน และผลของการสั่นสะเทือนนี้จะรู้สึกที่บริเวณผิวๆ หรือที่บริเวณที่อยู่ลึกลงไปบนเนื้อเยื่อของกล้ามเนื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแรงของความสั่นสะเทือน ประโยชน์ของการนวดสวีดิช คือการบรรเทาอาการปวดหรือขัดกล้ามเนื้อ ลดความเครียด ลดการบวม และทำให้มีความรู้สึกสบายขึ้นทั่วร่างกาย

2.2 การนวดนักกีฬา (Sports massage)

เป็นความชำนาญเฉพาะทางซึ่งช่วยของการเยียวยาด้วยการนวด โดยการนวดเพื่อการกีฬานี้ เน้นที่กล้ามเนื้อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจกรรมกีฬา การนวดเพื่อการกีฬานี้เป็นการนวดแบบคลาสสิก เช่น การนวดสวีดิชและการนวดแบบฮาวาย มาประกอบเข้ากับเทคนิคพิเศษต่าง ๆ รวมทั้งการนวดแบบวางเส้นใยของมัดกล้ามเนื้อ การนวดแบบขยำในระดับลึก วารีบำบัด บำบัดด้วยไอน้ำ การบำบัดโดยใช้ความเย็น และวิธีนวดที่จุดทริกเกอร์

- การนวดแบบย่นเส้นใยของมัดกล้ามเนื้อ คือเทคนิคการนวดซึ่งผู้นวดจะใช้วิธีการดูไปตามแนวขวางเส้นใยของมัดกล้ามเนื้อ หรือแนวที่ตั้งฉากกับแนวเส้นใยของกล้ามเนื้อ

- การนวดแบบบีบขยำในระดับลึก เป็นเทคนิคการนวดที่ใช้วิธีการนวดกล้ามเนื้อแบบกดถี่ๆ ลึกๆ
- วารีบำบัดเป็นการใช้น้ำ ทั้งร้อนและเย็น น้ำจืดหรือน้ำแร่ เพื่อวัตถุประสงค์ในการเยียวยาอาการป่วยหรือรักษาโรค
- สติลบำบัด เป็นการใช้น้ำเย็นเข้าประคบที่ส่วนต่างๆ ของร่างกายเพื่อวัตถุประสงค์ในการเยียวยาอาการป่วย วิธีการประคบนี้มีขอบข่ายอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่จุ่มลงไป ในน้ำแข็ง ไปจนถึงใช้ก้อนน้ำแข็งประคบ
- การนวดแบบกดที่จุดทริกเกอร์ คือการใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อกล่อม หรือลดความละเอียดอ่อน โดย จุดทริกเกอร์ คือจุดที่มีความไวต่อความรู้สึกมากเป็นพิเศษที่กล้ามเนื้อตรงพังผืด ซึ่งเราจะหาจุดนี้ได้ง่ายเพราะเมื่อไปโดนเข้าจะเกิดความรู้สึกเจ็บมาก

2.3 การนวดโดยใช้ข้อศอกและการกดจุด (Deep tissue หรือ Acupressure Massage)

การนวดแบบกดจุดเป็นการสัมผัสด้วยนิ้วมือ การใช้นิ้วกดลงไปตามจุดต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ยาใดๆ (นรมิตร, 2548) ซึ่งเป็นการกระตุ้นอวัยวะต่อมและระบบต่าง ๆ ของร่างกาย บางส่วนให้คืนสู่สมดุลได้ ทั้งยังบรรเทาอาการตึงของกล้ามเนื้อ การฟื้นฟูการไหลเวียนของของพลังงานชีวิต ช่วยให้ความรู้สึกไม่สบาย อาการของโรคภูมิแพ้ ข้ออักเสบ ปวดหลัง ปวดกล้ามเนื้อ ปวดศีรษะแบบไมเกรน นอนไม่หลับ ปัญหาระบบทางย่อยอาหาร เป็นต้น

2.4 การนวดกล้ามเนื้อประสาท (Neuromuscular therapy)

2.5 การนวดฝ่าเท้า (Reflexology)

เป็นการแพทย์ทางเลือกทางหนึ่งในการรักษาสุขภาพ ซึ่งผลทางการรักษาโรคบางชนิดได้เป็นอย่างดี การนวดจึงมีบทบาทสำคัญในการดูแลรักษาสุขภาพเป็นอย่างดี ตามทฤษฎีการนวดฝ่าเท้า ซึ่งมีความเชื่อถือกันว่าฝ่ามือ และฝ่าเท้าของมนุษย์นั้นมีจุดหรือบริเวณที่เราสามารถกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่ออวัยวะภายในนั้นๆ ได้ โดยเฉพาะฝ่าเท้าซึ่งเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ โดยจุดสัมผัสบนฝ่าเท้านั้นมีความสัมพันธ์กับอวัยวะต่างๆ เกือบทุกส่วนในร่างกาย ทั้งนี้บริเวณที่แทนร่างกายของฝ่าเท้าสองข้างไม่เหมือนกันทีเดียว ถ้าหากว่ามี การกดนวดที่มีปฏิกิริยาตอบสนองเหล่านี้จะทำให้อวัยวะต่างๆ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อสะท้อนการทำงานของร่างกายนั้นกลับสู่ความสมดุล ทำให้ระบบต่าง ๆ ในร่างกายสดชื่นสบาย ดังมีประโยชน์หลายประการ เช่น

- การนวดฝ่าเท้าช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิตเป็นไปด้วยดี แก้ความดันต่ำ ลดความดันสูง แก้กภูมิแพ้ ทั้งเป็นการนำพาสารอาหาร นำพาของเสียออกจากร่างกาย
- การนวดฝ่าเท้ามีผลทางบวก ในเรื่องช่วยลดอาการตึงเครียดของระบบประสาท ซึ่งอาการตึงเครียดนี้เป็นพื้นฐานของการเจ็บป่วยในอัตราที่สูง
- การภาพรรมชาติ เช่น การนวดฝ่าเท้า ช่วยส่งเสริมให้ร่างกายซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอได้เร็ว
- การนวดฝ่าเท้าให้ผลดีในการป้องกันโรคบางอย่าง เช่น อาการท้องผูก ปวดหัว ปวดหลัง ปวดคอ ระบบการย่อยที่เป็นปัญหา ปัญหาฮอร์โมน ระบบหัวใจ ระบบไต

2.6 สุนทรบำบัด หรือ การนวดน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy)

โดยเป็นการรวมศาสตร์และศิลป์ของกลิ่นน้ำมันหอมระเหย (Essential Oil) และการนวดด้วยเทคนิคการลูบวนและเคลื่นคลึง ซึ่งจะมีการใช้น้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากพืชสมุนไพร มีกลิ่นหอมและมีคุณสมบัติทางยา โดยได้จากการสกัดสารที่ได้จากสมุนไพรต่างๆ ที่เป็นการสกัดด้วยไอน้ำหรือการบีบคั้นจากส่วนต่างๆ ของพืช เช่น ผล ดอก ใบ กิ่งก้าน เปลือกเมล็ด รากยาง ฯลฯ และการใช้แต่ละอย่างขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น น้ำมันเย็น น้ำมันมะกอก มะพร้าว และทานตะวัน เหมาะสำหรับฤดูร้อนหรือน้ำมันที่อุ่นกว่า อาทิ อัลมอนด์ น้ำมันงา น้ำมันดอกทานตะวัน และน้ำมันถั่ว เหมาะสำหรับฤดูหนาว

การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องควบคู่กับเรื่องออสโมโลยี (Osmology) ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับกลไกในการดูดซึม การถ่ายเทพลังงานให้แก่ร่างกายและจิตใจ ซึ่งเกิดปฏิกิริยาสัมพันธ์ระหว่างร่างกาย จิตใจและการถ่ายทอดสู่สมองส่วนที่ควบคุมอารมณ์ โดยกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยช่วยในการบำบัดจิตใจให้รู้สึกสบาย ผ่อนคลาย ช่วยลดความตึงเครียด ความดัน และความหวาดกลัว ทำให้หลับสบาย กระปรี้กระเปร่า ช่วยสร้างความสมดุลแก่ร่างกายละจิตใจนอกจากนี้ยังช่วยให้ฟื้นฟูสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงดูอ่อนวัย ช่วยบำรุงผิวและเส้นผม ช่วยลดไขมันส่วนเกิน ถอนพิษในร่างกาย บรรเทาอาการเจ็บปวดกล้ามเนื้อ ปวดศีรษะ เป็นไข้หวัด รักษาบาดแผลโรคต่างๆ หรือ บรรเทาอาการผิดปกติของอวัยวะภายใน เช่น ระบบไหลเวียนโลหิตและน้ำเหลือง หัวใจ กระเพาะ และการขับถ่าย เป็นต้น

วิธีการและสรรพคุณของการนวดน้ำมันหอมระเหย

- การสูดดม (Inhalations) โดยการสูดดมจากขวดน้ำมันหอมระเหย ช่วยให้ระบบหายใจดีขึ้น บำบัดอาการหลอดลมอักเสบ บำบัดอาการหวัด ช่วยขจัดความอ่อนล้าของจิตใจและร่างกาย ช่วยลดความตึงเครียดและความกลัว ช่วยให้จิตใจสงบ

- การอาบน้ำ (Bath) โดยการผสมหยดน้ำมันหอมระเหยลงในอ่างอาบน้ำร้อน ในการอาบน้ำ และได้สูดดมกลิ่นด้วย จะช่วยคลายความตึงเครียด ลดความอ่อนล้าทางจิตใจและร่างกาย บรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ อาการหวัด ช่วยให้จิตใจสงบ ช่วยฟื้นฟูระบบขับถ่ายของเสีย พัฒนาระบบไหลเวียนโลหิตและน้ำเหลือง ลดอาการบวมและอักเสบ หรือ สำหรับแช่เท้า ซึ่งจะช่วยให้อาการเหงื่อออกที่เท้า

- การประคบ (Compress) โดยการผสมลงในน้ำร้อนหรือน้ำเย็นแล้วแช่ผ้าขนหนู บีบให้หมาด ๆ ประคบบริเวณที่มีอาการเจ็บปวด บวม หรือไขข้ออักเสบเป็นเวลา 2 ชั่วโมง หรือใช้ประคบบรรเทาอาการเป็นไข้ ตัวร้อน ปวดศีรษะ จะช่วยบรรเทาอาการคั่งของน้ำเหลืองและโลหิต ลดความร้อนและบรรเทาอาการเมื่อยล้า โดยควรหลีกเลี่ยงการสูดดมโดยตรง

- การสูดไอน้ำมันหอม (Vaporization) โดยการหยดน้ำมันหอมระเหยลงในถ้วยบนเตา จุดเทียนวางไว้ใต้เตา เมื่อน้ำร้อนกลืนของน้ำมันหอมระเหยจะระเหยออกมาช่วยสร้างบรรยากาศให้สะอาดสดชื่น ช่วยผ่อนคลายอารมณ์ ช่วยให้นอนหลับสบาย บรรเทาอาการไข้หวัด ภูมิแพ้ ปวดศีรษะ และอาการต่างๆ ของสุขภาพร่างกายและจิตใจ

- ใช้ผสมกับเครื่องสำอาง ครีมหรือโลชั่น เพื่อบำรุงผิวและเส้นผม โดยการขูดบริเวณผิวหนังหรือเส้นผมเล็กน้อยจะช่วยสร้างความชุ่มชื้น ช่วยบำรุงรักษาผิวและทำให้รู้สึกสบายผิว

- การเผา- อบห้อง เป็นการอบห้องให้หอม หลักการเหมือนห้องอบเพื่อฆ่าเชื้อโรคในโรงพยาบาล ควรเผาหรืออบไม่นานกว่า 10 นาทีต่อครั้ง

- สเปรย์ฉีดตัวและปรับอากาศ โดยการผสมน้ำมันหอมระเหยกับน้ำสะอาด ฉีดสเปรย์ที่ตัวหรือภายในห้องเพื่อความหอมสดชื่นขจัดเชื้อโรค

คุณสมบัติของการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย มีสรรพคุณจะช่วยให้บรรเทาอาการปวดเมื่อย อ่อนล้าของกล้ามเนื้อ และน้ำมันยังซึมเข้าสู่เส้นเลือดทางผิวหนัง ซึ่งจะช่วยให้ระบบไหลเวียนโลหิต และขจัดสารพิษในร่างกาย ลดไขมันส่วนเกิน เสริมสร้างพลังงาน ช่วยเสริมประสิทธิภาพในการบำบัดรักษา ช่วยให้ระบบขับถ่ายของเสียดีขึ้นช่วยระบบไหลเวียนโลหิตและน้ำเหลือง ช่วยขจัดความอ่อนล้าของจิตใจและร่างกาย ลดอาการปวด ลดความตึงเครียด และความกลัว ช่วยให้จิตใจสงบ ช่วยให้กล้ามเนื้อและข้อต่อมีความยืดหยุ่น ช่วยฟื้นฟูสภาพผิวและกลิ่นหอมจะช่วยคลายอารมณ์ตึงเครียด

2.7 การนวดของเอเชียรูปแบบหรือศาสตร์อื่นๆที่แตกต่างกัน ด้วยวิถีวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่

2.7.1 อายุรเวท (Ayurvedic Medicine) หมายถึง ศาสตร์แห่งการดำรงชีวิตโดยวิธีที่เป็นระบบอนามัยธรรมชาติ เป็นศาสตร์การแพทย์ที่รวมองค์ความรู้ระหว่างวิทยาศาสตร์กับปรัชญาเข้าด้วยกัน มีรายละเอียดครอบคลุมทั่วร่างกาย จิตใจและอารมณ์ และปฏิภพต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคนแต่ละธาตุควรเลือกวิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวันและการบริโภคให้สอดคล้องกับลักษณะธาตุของตน โดยแบ่งออกเป็น 3 ธาตุ ได้แก่ ธาตุลมเป็นการควบคุมการเคลื่อนไหว การหายใจ และการหมุนเวียนของของเหลวในร่างกาย ธาตุดิน เป็นการสร้างโครงสร้างของร่างกาย ทั้งกล้ามเนื้อและกระดูก และธาตุไฟเป็นการควบคุมระบบการย่อยอาหารและการเผาผลาญพลังงาน ซึ่งมนุษย์จะประกอบด้วยส่วนผสมของธาตุทั้ง 3 ในอัตราที่ต่างกัน และอยู่ในภาวะหมุนเวียนตลอดเวลา แต่จะมีธาตุที่เด่นที่สุดเพียงธาตุเดียว ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางร่างกาย จิตใจและอารมณ์ ในยามที่ธาตุอยู่ในภาวะสมดุลจะเป็นช่วงที่มีสุขภาพดี ส่วนในยามเครียดเกิดความไม่สมดุล อาจนำไปสู่ความเจ็บป่วยทางกาย อารมณ์และจิตใจได้ แต่ละธาตุมีหน้าที่ควบคุมการทำงานในร่างกายที่แตกต่างกันออกไป

อายุรเวทยังบอกตำแหน่งพลังงานของร่างกาย 107 จุด ที่ลมปราณ หรือพลังชีวิตไหลผ่าน คล้ายกับเรื่องจุดชีพจรของการแพทย์จีนโบราณ สำหรับการดูแลรักษาแบบอายุรเวทจะให้ไอร้อน การนวด การประคบ หรือพอกด้วยสมุนไพรตามจุดพลังงาน รวมถึงการรับประทานอาหาร การอาบน้ำเพื่อจะสร้างสมดุลแก่สุขภาพของคนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อให้ลมปราณไหลเวียนได้อย่างคล่องตัว สลายการอุดตันของพลังงานที่ก่อให้เกิดโรคทางกาย ไม่ว่าจะเป็นความอ่อนเพลีย ความผิดปกติของภูมิคุ้มกัน ปัญหาเรื่องการขับถ่าย ปัญหาผิวพรรณ และความกระวนกระวายทางด้านจิตใจ

อายุรเวทเป็นหลักการดูแลสุขภาพด้วยการบำบัดทางธรรมชาติหลายวิธี เช่น การรักษาความไม่ปกติของร่างกายโดยใช้สมุนไพร การรักษาความเจ็บปวดของกล้ามเนื้อ กระดูกเอ็นประสาท ด้วยการนวด รวมทั้งกลิ่นที่ระเหยจากพืช เพื่อการเปลี่ยนแปลงของสุขภาพให้เป็นไปในทางบวก เป็นการรักษาสมดุลของร่างกายและจิตใจ

ข้อแตกต่างระหว่าง อายุรเวท และการบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย คือการบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหยเป็นการใช้น้ำมันหอมระเหยจากพืช โดยการอาบน้ำ การนวด และการจุดให้ความหอมเพื่อรับคุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหยนั้นๆ ขณะที่อายุรเวท จะใช้ สมุนไพร การอาบน้ำ การนวด การนึ่งสมาธิ อายุรเวทจะใช้สมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยหลากหลายชนิดนวด เพื่อขจัดความเครียดและต้องล้างออกเพื่อความผ่อนคลาย

2.7.2 ชิอัสตี้ (Shiatsu) เป็นการนวดกดจุดตามแนวลมปราณของญี่ปุ่น เหล่านี้เป็นการบำบัดที่มีพื้นฐานมาจากโลกตะวันออกที่ทำให้พลังงานในร่างกายที่เรียกว่า ชี (chi) ไหลเวียนได้สะดวก

3. การบำบัดผิวหนัง (Facial Treatment)

การดูแลผิวหนังเป็นบริการในสปาซึ่งเป็นที่นิยมอันดับสองรองจากการนวด บริการนี้ประกอบด้วยการวิเคราะห์ผิวหนัง การทำความสะอาดผิวหนังแบบล้ำลึก การนวดหน้า การกำจัดสิวเสี้ยนหรือสิ่งสกปรกที่อุดตันผิวหนัง และการเพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่ผิวหนัง การบำบัดผิวหนังช่วยทำให้ผลึกเซลล์ที่ตายแล้วหลุดออก และการทำความสะอาดแบบล้ำลึกช่วยเผยผิวที่มีสุขภาพดีและนุ่มนวล

4. การบำบัดผิวกาย (Body Treatment)

การบำบัดผิวกายเริ่มจากการทำความสะอาดร่างกาย การขัดผิว การเพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่ร่างกาย วิธีการบำบัดที่ธรรมดาที่สุด ได้แก่ การขัดตัว เป็นการขัดผิวโดยผู้ให้บริการต้องนอนบนเตียงที่ใช้สำหรับนวด แล้วใช้เกลือทะเลหรือเกลือเกล็ด การขัดตัวทำให้เซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วหลุดออกเพื่อผิวที่สดใส มีสุขภาพดี และราบเรียบ

การใช้น้ำมันหอมระเหยและกลิ่นหอมต่างๆ หรืออาจจะเลือกบริการขจัดสารพิษออกจากร่างกายโดยการพอกตัวด้วยสาหร่ายทะเลสีน้ำตาล โคลน หรือสาหร่ายทะเลธรรมชาติ โดยห่อหุ้มร่างกายไว้ด้วยผ้าขนหนูอุ่นอีกชั้น การนอนพอกตัวอย่างผ่อนคลายนี้จะช่วยเปิดเซลล์ ปลดปล่อยสารพิษออกจากร่างกาย และเร่งกระบวนการเผาผลาญในร่างกาย รูปแบบการบำบัดอีกอย่างเรียกว่า การห่อตัว (body wrap) เป็นวิธีที่ใช้กำจัดไขมันส่วนเกินในร่างกายหรือเซลลูไลท์ และช่วยทำให้น้ำหนักลดได้ชั่วคราวเนื่องจากการขับปัสสาวะออกมามากการดูแลเล็บมือและเล็บเท้า (Manicure and Pedicure treatment)

บางแห่ง จะให้บริการด้วย การบำบัดด้วยโคลน (Mud Therapy) เป็นการบำรุงสุขภาพความงามโดยใช้โคลน ซึ่งจะประกอบด้วยแร่ธาตุ และสารอาหารที่ได้จากพืชละลายอยู่ บริเวณที่นิยมพอก คือ ร่างกาย (Body Wrap) รวมถึงใบหน้า ศีรษะและเส้นผม โคลนที่แห้งติดผิวหนัง ช่วยเพิ่มการชำระล้างผิวหนัง ทำให้เกิดความกระชุ่มกระชวย เพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจ เร่งความเร็วของการหมุนเวียนโลหิต และช่วยให้เหงื่อออกมากขึ้น ถือว่าเป็นการชำระล้างร่างกายให้สะอาด ซึ่งมีคุณสมบัติคล้ายกับการออกกำลังกาย

การดูแลเล็บมือและเล็บเท้าด้วยวิธีสาคอนบำบัดด้วยการแช่เท้าในอ่างน้ำผสมน้ำมันหอมตามด้วยการนวดเท้าเบาๆ การตัดและตะไบเล็บหรือทาเล็บ สปาส่วนใหญ่มีบริการทำเล็บมือและเล็บเท้าด้วย สปาขนาดเล็กซึ่งมีร้านแต่งผมจะให้บริการตัดผมและออกแบบทรงผมไว้ด้วยกัน

โดยทั่วไปแล้ว ค่าบริการทำเล็บมือและเล็บเท้าที่ร้านสปาจะแพงกว่าร้านเสริมสวยธรรมดาทั่วไป เพราะบรรยากาศและการบริการที่ดีกว่า นอกเหนือจากการตกแต่งเล็บ เช่น บริการขัดถูมือและเท้า ด้วยเกลือหอม บริการพอกมือและเท้า หรือนำไปจุ่มในพาราฟินเพื่อเพิ่มความชุ่มชื้น และ ผู้ใช้บริการก็รู้สึกภาคภูมิใจกับเล็บที่สวยงามขึ้นด้วย

5. การดูแลผม (Hair Spa Treatment)

ปัจจุบันร้านทำผมไม่ได้มีไว้เฉพาะแต่งผมให้สวยงาม แต่นำสปาผมเพื่อบริการนวดหนังศีรษะด้วยน้ำมันหอมระเหย การบริการเริ่มจากการสระ ล้างผม เป่าแห้ง ทำสีผม การบำบัดผมด้วยครีมนวดผมที่อุดมไปด้วยสารอาหารบำรุง อบอุ่นน้ำ ออกแบบทรงผม รวมทั้งการนวดไหล่และหนังศีรษะ ร้านสปาเพื่อการเสริมสวยส่วนใหญ่มักใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผมที่ทำจากสมุนไพร

6. การอบ

การอบแบบแห้งจะทำให้ร่างกายมีการหลั่งเหงื่อออกมา ส่วนการอบแบบเปียกจะทำให้ผิวชุ่มชื้นและช่วยในเรื่องการหายใจ และการอบสมุนไพร ได้จากการต้มสมุนไพรเป็นอาศัยการได้อบ และการสูดดมไอน้ำสมุนไพร ช่วยให้ไหลเวียนโลหิตดีขึ้น และยังช่วยชำระล้างและขจัดของเสีย สารพิษในร่างกายออกทางผิวหนัง บรรเทาความปวดเมื่อย ช่วยระบบการหายใจดีขึ้น บำรุงผิวพรรณ ลดอาการคัน ภูมิแพ้ ทำให้น้ำหนักลด รักษาโรคผิวหนังชนิดไม่รุนแรง และไม่ติดเชื้อ บรรเทาอาการปวดประจำเดือนที่ไม่มีไข้ร่วม เป็นต้น

7. การออกกำลังกาย

เพื่อให้ร่างกายได้ใช้พลังงาน เหมาะกับการกระตุ้นร่างกายให้สดชื่น ดังนั้น สถานประกอบการ จะมีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เพื่อจะเป็นสิ่งที่เน้นการออกกำลังกายและนันทนาการไปพร้อมกัน และโดยทั่วไปจะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดให้กับโรงแรม ได้แก่ สระว่ายน้ำ คอร์ทเทนนิส คอร์ทแฮนด์บอลและแร็กเก็ตบอล ลูกวิ่ง และจ็อกกิ้ง การฝึกควบคุมน้ำหนัก (Weight training) และ การฝึกการเดินแอโรบิก (aerobic training)

8. การควบคุมอาหาร (Nutrition Therapy)

การควบคุมอาหารถือว่าเป็นส่วนสำคัญต่อการรักษาสุขภาพ โดยนักโภชนาการจะแนะนำ

เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร และฝึกนิสัยการรับประทาน โดยนักโภชนาการจะสังเกตการ แสดงออกทางด้านอารมณ์ และแนะนำในการรับประทานอาหารให้ถูกต้อง เช่น อาหารที่มีเส้นใย เป็นสิ่งที่ร่างกายต้องการเพื่อช่วยลดจำนวนแคลอรีในปริมาณที่พอเหมาะอย่างช้าๆ และยังช่วยใน การขับถ่ายของเสีย

9. การบำบัดแบบตะวันออกโบราณ

9.1 ไทชิ เป็นการออกกำลังกายกลางแจ้ง ด้วยศิลปะการป้องกันตัวแบบจีนโบราณ ด้วยการ เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ มีท่าทางทั้งหมด 108 ท่า ทำให้ระบบหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น ระบบน้ำเหลือง ทำงานเป็นปกติ ในขณะที่เดียวกัน ยังเป็นการฝึกสมาธิด้วยการกำหนดลมหายใจไปพร้อมกับการ ออกท่าทาง และระบบหมุนเวียนของเหลวในร่างกายดีขึ้น ด้านจิตใจฝึกให้ทำสมาธิเพื่อความสงบ

9.2 ชีกง เป็นวิธีบำบัดตามหลักการแพทย์จีน เรียกว่า เหลียวพะ หรือ Breathing Exercise Therapy เป็นการทำสมาธิ ด้วยการควบคุมลมหายใจ และบริหารร่างกายไปพร้อมๆ กัน เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคที่ช่วยเสริมการทำงานของอวัยวะต่างๆ ในร่างกาย และคนจีนมี ความเชื่อว่า เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยทำให้คนมีอายุยืนและสุขภาพแข็งแรง

9.3 การฝังเข็ม (Acupuncture) เป็นส่วนหนึ่งของแพทย์แผนโบราณตะวันออก ประกอบด้วยสมุนไพร การอวดด้วยความร้อน การประคบ การนวด การใช้อาหาร และการออกกำลังกาย เบาๆ ควบคู่กับการกดจุด เพื่อแก้ไขความไม่สมดุลของร่างกาย โดยการฝังเข็ม สามารถทำได้ ทั้งตัว ซึ่งมีจุดฝังได้มากกว่า 461 จุด โดยเอาเข็มปักลงที่จุดฝังเข็มเพื่อให้เกิดความสมดุล ปัจจุบัน การใช้วิธีฝังเข็มได้รับความนิยมเป็นวงกว้าง เช่นการระงับความปวด แก้ไขปัญหาที่ระบบทางเดิน อาหาร ขจัดความเครียด ลดความอ้วน เป็นต้น

9.4 โยคะ (Yoga) เป็นการออกกำลังกายแบบอินเดียโบราณ เป็นการสร้างความสมดุล ระหว่างร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ โดยการทำให้สงบ ควบคุมลักษณะ 3 ประการ คือ

1 การหายใจอย่างถูกต้อง คือ การหายใจเต็มปอด ทำให้รู้สึกสดชื่น การไหลเวียน ของโลหิตดีขึ้น ช่วยลดความกังวล ความเครียดและความโกรธ

2 ท่วงท่าการออกกำลังกาย ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ทำให้คลายเครียด

3 สมาธิ (Meditation) คือ การพักผ่อนอย่างลึกลับทางด้านจิตใจ เชื่อว่าสมาธิ ได้มาจากการออกกำลังกายและการกำหนดการหายใจอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ โดยการทำสมาธิ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท

1. การตั้งอยู่บนพื้นฐานในการควบคุมร่างกาย เพื่อรวมร่างกายและจิตใจเข้าด้วยกัน
2. การตั้งอยู่บนพื้นฐานในการควบคุมความคิด เพื่อบรรลุถึงภาวะสมาธิ
3. การตั้งอยู่บนพื้นฐานในการปล่อยวางร่างกาย เป็นเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการวางใจให้ผ่อนคลายเป็นผลให้กล้ามเนื้อได้ผ่อนคลาย

9.5 การฝึกจิต (Autogenic Training) และการฝึกสมาธิ (Meditation)

การฝึกจิต (Autogenic Training) เป็นการฝึกจิตให้ลงไปถึงระดับจิตใต้สำนึก เพื่อแก้ไขพฤติกรรม เพื่อการผ่อนคลาย และเพื่อความ สุขความสำเร็จในชีวิตประจำวัน

การฝึกสมาธิ (Meditation) เป็นการฝึกกรรมอารมณ์ให้หยุดนิ่งเป็นจุดเดียว ฝึกการปล่อยวางความคิด นำไปสู่การผ่อนคลายสูงสุด ก่อให้เกิดพลังบำบัดมหาศาล สามารถลดอัตราการเต้นของหัวใจ ลดความดัน ลดความเครียด ตลอดจนช่วยหยุดการเติบโต ของเซลล์มะเร็ง ฯลฯ ซึ่งเดี๋ยวนี้มีการนำความรู้ด้านสมาธิ เข้ามาใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อช่วยลดความเครียดและฟื้นฟูสุขภาพกาย และใจมากยิ่งขึ้น

ทั้งสองวิธีนี้จะต้องมีครูที่ชำนาญ เป็นผู้ฝึกควบคุมดูแล ปรึกษาและติดตามผล

10. การใช้สมุนไพร (Herbal Therapy)

เป็นการใช้สมุนไพรที่ให้กลิ่นหอม มาเป็นอาหารหรืออาหารเสริม แม้กระทั่งเอามาใช้บำรุงผิวพรรณ เสริมความงามในรูปแบบต่างๆ อาทิ การอบไอน้ำ การแช่ตัว วิธีนี้มีให้เห็นแทบทุกสปาว่าได้ สมุนไพรในสปา ในสปาไทยนั้นมีสมุนไพรได้แก่

- ผสม สำหรับผสมชนิดต่างๆ และแก้อาการคันศีรษะจะใช้วานหางจระเข้ ส้มป่อย ทองพันชั่ง น้ำมันจากผิวมะกรูด น้ำมันงา น้ำมันมะกอก น้ำมันดอกอัญชันขาวและม่วง
- หน้า ทั้งการขัดหน้าและพอกหน้าจะใช้ขมิ้นชัน ไพล ขมิ้นอ้อย ว่านนางคำ แดงกวา และน้ำผึ้ง
- ตัว ขัดและพอกด้วยโคลนขาว ดินสอพอง ไพล ขมิ้นอ้อย ขมิ้นชัน มะขามเปียก มะขามป้อม มะกรูด เกสรดอกไม้ น้ำผึ้ง มะนาว งาดำ อบตัวด้วยเกสรดอกไม้ เช่น มะลิ กุหลาบ ดอกบัวหลวง พิทูรี บุนนาค หรือจะแช่ก็ใช้ผลและใบมะกรูด ข่า พิมเสน
- น้ำมันนวด ใช้ น้ำมันดอกทานตะวัน ดอกคำฝอย น้ำมันรำดิบ ส่วนน้ำมันหอมระเหย เช่น มะลิ กุหลาบ โหระพา มะนาว ไพล กระดังงา ลาเวนเดอร์ ชิงช้า
- อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ เช่น ชาหม่อน ชามะตูม ชากระเจี๊ยบ เป็นต้น ความนิยมและที่ใช้ในสปาไทยประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. ลูกประคบสมุนไพร
2. สบู่สมุนไพร
3. สมุนไพรสำหรับอบไอน้ำหรืออบกระโจม
4. ถุงหรือผงสมุนไพรสำหรับแช่อาบ
5. สมุนไพรหรือผงสมุนไพรสำหรับขัดตัว
6. โคลนหรือครีมสมุนไพรสำหรับพอกตัว
7. น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรไทย
8. ชาสมุนไพร เป็นต้น

นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำสปาที่ร้อนแห้งนี้ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังมีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มงานฝีมือหัตถกรรมอีกมากที่สามารถนำมาใช้ในการตกแต่งและจำหน่ายปลีกในสปาได้ อาทิ เฟอร์นิเจอร์หรือของประดับที่ทำจากไม้ เครื่องปั้นดินเผา เทียนหอม หรืออาจจะเป็นผ้าทอมือและที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ

11. ดนตรีบำบัด (Music Therapy) เน้นการเปิดเพลงที่ฟังแล้ว รู้สึกผ่อนคลาย จำพวกเพลงคลาสสิกไลท์มิวสิก เพลงไทยเดิม เพลงที่ให้ข้อคิด ฯลฯ เพลงกลุ่มนี้จะช่วยสร้าง จินตภาพเพื่อการผ่อนคลาย ฟันฟูและบำบัดรักษาโรค เพราะฟังแล้วทำให้เกิดสมาธิ เป็นการยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น ส่วนนาฏบำบัดคือการออกกำลังกาย หรือฟังเพลงแล้วถ่ายทอดออกมาเป็นภาพวาด ฯลฯ กิจกรรมพวกนี้อยู่ในกลุ่มของ ดนตรีบำบัดด้วยเช่นกัน

12. Color - Light-Solar Therapy เป็นวิธีบำบัดที่อาศัยแสงสีคลื่นแสง เช่น พลังออรา (aura) เป็นหลักในการวินิจฉัย และฟื้นฟูสุขภาพ ใช้วิเคราะห์พฤติกรรม เพื่อแก้ไขปรับปรุงตนเอง หรือการอาบแสงตะวัน (solar therapy) ของชาวอินเดีย โดยใช้หลักคลื่นแสงสีเขียวก่อน ซึ่งเป็นคลื่นระหว่างกลางของแสงอัลตราไวโอเล็ตที่ไบโพลีซีซีเอสวีเอส สามารถดูดซับได้มาใช้บำบัด เช่น เอาไบตองมาห่มคลุมร่างกายในเวลาที่ย่ำกแดด เพื่อกระตุ้นภูมิคุ้มกัน หรือแม้แต่การตกแต่งสีของห้อง การจัดแสงในปริมาณที่พอเหมาะ ทั้งหมดนี้นำไปสู่ความสุขภาพ และการผ่อนคลาย หรือธุรกิจ ออกซิเจน โซลาร์ สปา โดยนำเทคโนโลยีขั้นสูงการเติมออกซิเจนสู่ร่างกายและแสงอาทิตย์ ได้พลังงานความร้อนจากรังสีฟาร์อินฟราเรด เพื่อกระตุ้นร่างกาย

13. หินบำบัด (Crystal Therapy หรือ Rock Therapy) คือการใช้พลังของหินหรือธาตุบริสุทธิ์ จากธรรมชาติเพื่อการผ่อนคลาย ฟึ้นฟู และบำบัดโดยการวิเคราะห์จากธาตุ และพฤติกรรมของแต่ละคน แล้วนำมาวางตามร่างกาย ทำเป็นเครื่องประดับสวมใส่ นำมาวางไว้ในห้อง วางไว้ใกล้ตัว ซึ่งวิธีการนี้ยังต้องการการศึกษาค้นคว้า อย่างเป็นทางการต่อไป

14. Hobby Therapy เป็นการรวมเอากิจกรรมต่างๆ เพื่อการผ่อนคลาย มาทำให้เกิดการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เช่น การวาดภาพระบายสีบนปูนปั้น บนเซรามิก การเย็บปักถักร้อย การเล่นนิทาน ฟังนิทาน ฟังเรื่องขำขัน อ่านหนังสือ ที่ทำให้ผ่อนคลาย ฯลฯ

15. สปาหู (Ear Aromatherapy/Ear Candling)

มีต้นกำเนิดมาจากชนเผ่าอินเดียนแดงดั้งเดิม แต่บางตำราว่ามาจากอียิปต์โบราณขณะที่บางแหล่งระบุว่ามาจากจีนหรืออินเดีย แต่ไม่ว่าจะมีกำเนิดมาจากที่ใด ปัจจุบันศาสตร์แขนงนี้กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้งในหมู่ชาวยุโรป อเมริกา และอินเดีย รวมทั้งเข้ามาในประเทศไทยด้วย

สปาหูเป็นศาสตร์ในการสร้างความสมดุลแก่ร่างกาย โดยใช้แท่งเทียนที่ทำจากผ้าฝ้ายหรือผ้าลินินชุบขี้ผึ้งหรือพาราฟิน ผสมน้ำมันหอมระเหยหรือสารสกัดจากสมุนไพร เช่น ยูคาลิปตัส คาโมมายด์ ลาเวนเดอร์ นำมาม้วนเป็นวงให้เกิดเป็นแท่งกลวง จากนั้นจึงนำเทียนโรมามาจุดไฟที่ปลายด้านหนึ่ง โดยอีกด้านหนึ่งนำไปจ่อเข้าที่ช่องหู และปล่อยให้ควันจากแท่งเทียนเข้าไปในหูชั้นนอก ใช้เวลาประมาณ 10-15 นาทีต่อหูหนึ่งข้าง

ผู้ที่นำสปาหูมาสู่เมืองไทยระบุว่า การทำสปาหูจะต้องกระตุ้นเนื้อเยื่อภายใน เกิดการไหลเวียนของน้ำเหลืองภายในศีรษะและคอ ช่วยผ่อนคลาย บำบัดอาการที่เกิดจากช่องหู คอ จมูก บรรเทาอาการอื่นเกิดจาก ไซนัส หัวใจ โรคที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินหายใจ การอักเสบและติดเชื้อในช่องหู เจ็บคอ หูตึง ปวดหู ไมเกรน ฯลฯ ปรับความสมดุลระดับความดันที่เกี่ยวข้องกับการทรงตัว รวมทั้งช่วยทำความสะอาดหูสำหรับผู้ที่มีขี้หูเปียกชื้น ซึ่งเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค ฯลฯ

ผู้ที่มีสุขภาพปกติสามารถทำสปาหูได้ ยกเว้นในผู้ที่มีไข้สูงมากๆ หรือคนที่หูอักเสบเป็นแผลติดเชื้อ เป็นหูน้ำหนวก มีของเหลวไหลออกมาจากหู แก้วหูทะลุฉีกขาดเป็นแผล หรือผู้ที่เข้ารับการผ่าตัดภายในหูไม่ถึงสามเดือน เยื่อแก้วหูผิดปกติ และเด็กอายุต่ำกว่า 10 ขวบ ไม่ควรทำสปาหู เพราะเด็กๆ มักไม่อยู่นิ่ง อาจเป็นอันตรายมากกว่าเกิดประโยชน์

16. สปาเพื่อการรักษาพยาบาล

สปาเพื่อการรักษาพยาบาลจัดว่าเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ในประเทศไทย เป็นสปาที่กำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการรักษาโดยรวมเอาเทคโนโลยีทางการแพทย์ตะวันตกสมัยใหม่และการรักษาด้วยยาสมุนไพรไทยโบราณไว้ด้วยกัน เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการด้วยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามที่น่ายุคทันสมัย

สปาเพื่อการรักษาพยาบาลได้เสนอโปรแกรมการบำบัดทั้งด้านความงามและด้านการแพทย์ให้แก่ลูกค้าแต่ละท่านอย่างเป็นส่วนตัว เช่น โปรแกรมการควบคุมน้ำหนัก บริการฟื้นฟูร่างกาย เช่น การนวด การฝังเข็มด้วยเลเซอร์ การบำบัดผิว และการทำศัลยกรรมความงาม

โปรแกรมการบำบัดส่วนบุคคลมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มสมรรถภาพทางกาย และเป็นการเสนอทางเลือกในการรักษาโรคที่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าจริงๆ โปรแกรมการรักษาทั้งหมดอยู่ภายใต้การดูแลอย่างใกล้ชิดของทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอย่างเคร่งครัด

นอกจากการดูแลความงามด้วยวิธีแพทย์ที่ทันสมัยแล้ว สปาเพื่อการรักษาพยาบาลของไทยยังคำนึงถึงความสะอาดสบายของลูกค้าอย่างสูงสุด โดยจัดให้บริการห้องพักที่หรูหราระดับห้าดาว อาหารเพื่อสุขภาพและสถานที่ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เช่น สระว่ายน้ำ อ่างน้ำวนจากกุชชี (Jacuzzi) อ่างน้ำวนขนาดใหญ่ (spatial whirlpool bath) การอบแห้งหรือชาวน้ำ การอบไอน้ำ และฟิตเนสคลับ เป็นต้น

17. สปาสัตว์เลี้ยง

กระแสของสปาสัตว์เลี้ยงกำลังมาแรงและได้รับความสนใจจากบรรดาผู้รักสัตว์มากขึ้น สถานรับเลี้ยงสุนัข (Doggie daycare) หรือ สปาสัตว์เลี้ยง (Pet Spa) มีการนำเสนอรูปแบบการบริการสัตว์เลี้ยง เพื่อรู้สึกผ่อนคลายจากการบริการทำความสะอาด เสริมสวย รวมถึงได้ร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินเล่น การละเล่นกลุ่ม การปลูกตอนเช้า บริการเหล่านี้จะทำให้สัตว์เลี้ยงมีสุขภาพที่ดี ซึ่งร้านสปาหลายแห่งยังมีผลิตภัณฑ์สปาสำหรับสุนัขไว้จำหน่ายอีกด้วย เช่น ครีมบำรุงผิว แชมพูทำจากข้าวโอ๊ตบด ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดช่องปาก ผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขคนบำบัด เช่น เทียนหอม ดอกไม้หอม น้ำมันหอมระเหย น้ำมันโคโลญจ์ ผลิตภัณฑ์ช่วยคลายเครียดสำหรับสัตว์เลี้ยงเช่น น้ำมันสกัดจากดอกไม้ แวนกันแดดสุนัข สเปรย์เพื่อการผ่อนคลายและผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นอื่นๆ สำหรับสัตว์เลี้ยง

สปาที่จะได้รับยกเว้น VAT (การประกอบโรคศิลปะ) ตามความหมายของกรมสรรพากร บริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ต้องมีลักษณะเป็นสถานบริการเพื่อสุขภาพ หรือสถานพยาบาล (medical body care & treatment)

2.4 มาตรฐานสปาประเทศไทย

2.4.1 มาตรฐานสปาประเทศไทย ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ซึ่งได้จำแนกมาตรฐานสปาออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. มาตรฐานสถานประกอบการ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ ได้ 2 ประเภท คือ นวดแผนโบราณ นวดเพื่อสุขภาพหรือ สปา และ นวดเพื่อเสริมสวย ซึ่งสปาแต่ละประเภทจะมีรูปแบบการให้บริการ และสร้างกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อความโดดเด่นที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการวางรูปแบบสปา (SPA concept) โดยมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1. สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ
2. สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ
3. สถานประกอบการนวดเพื่อเสริมสวย

2. มาตรฐานผู้ดำเนินการ

3. มาตรฐานบริการ ทั้งด้านผู้ประกอบการ สถานที่ บุคลากรและแรงงาน รวมถึงการควบคุมคุณภาพของสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ ได้แก่

1. มาตรฐานผู้ให้บริการสปา
2. มาตรฐานผู้จัดการสปา
3. มาตรฐานความปลอดภัย

เกณฑ์ขั้นต่ำสำหรับมาตรฐาน โดยออกพระราชบัญญัติ และมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งเน้นมาตรฐาน 5 ประเด็นคือ

1. สถานที่
2. ผู้ดำเนินการ
3. ผู้ให้บริการ หรือนักบำบัด
4. การบริการหรือการจัดการ
5. ความปลอดภัย

โดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข ในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่4) พ.ศ. 2546 ได้นิยาม กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพโดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือ

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ หรือไม่ได้ และต้องมีบริการเสริมอีก อย่างน้อย 3 รายการ ซึ่งการขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ นั้นดำเนินการ ได้โดย ยื่นแบบฟอร์มที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งคณะกรรมการผู้ตรวจและประเมิน มาตรฐานสถานประกอบการ ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนด สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อความงาม มาตรฐานของสถานที่บริการ ผู้ให้บริการ ตาม พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 จะเป็นชุดคณะกรรมการจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีการ แต่งตั้งจากผู้ว่าราชการจังหวัดนั้นๆ แต่การขอใบรับรองมาตรฐานของผู้จัดการสปา ต้องได้รับการ สอบของสำนักงานสาธารณสุข กรุงเทพฯ เท่านั้น

ซึ่งได้เริ่มดำเนินการจัดระเบียบมาตรฐานของธุรกิจสถานประกอบการ ผู้ดำเนินการ และ บุคคลกรในธุรกิจสปาตั้งแต่ช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2547 พร้อมทั้งประกาศให้สถานประกอบการ ธุรกิจสปาทุกแห่งต้องมาขึ้นทะเบียนเข้ารับการตรวจสอบและอบรมเพื่อขอใบรับรองมาตรฐานการ ประกอบกิจการ เพื่อยกระดับมาตรฐานธุรกิจไทยให้ดียิ่งขึ้น

จะเห็นว่า การออกข้อกำหนดต่างๆ นั้นได้เน้นการควบคุมจากโครงสร้างการจัดการและ การบริหารองค์การ (Organization and Administration) ซึ่งงานในสปา มี 2 กลุ่มบริการ คือ ผู้ดำเนินการสปา (spa manager) และผู้ให้บริการในสปา (spa therapist) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มบริการ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับ หัตถบำบัด วารีบำบัด โภชนบำบัด และสมุนไพรบำบัด

เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างของสปาไทยจากนานาประเทศไทย โดยเน้น เอกลักษณ์ไทย โดยใช้สัญลักษณ์ *ไทยสปา* ภายใต้การสนับสนุนของกรมสนับสนุนบริการ สุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

2.4.2 หน่วยงานที่สนับสนุน โดยกำหนดความรับผิดชอบดังนี้

กระทรวงสาธารณสุข ทำหน้าที่กำกับดูแลมาตรฐานของสปา ซึ่งได้จำแนกเป็น 3 ด้าน คือ มาตรฐานสถานประกอบการ มาตรฐานผู้ดำเนินการ และมาตรฐานบริการ ทั้งด้านผู้ประกอบการ สถานที่ บุคคลากรและแรงงาน รวมถึงการควบคุมคุณภาพของสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญใน การประกอบธุรกิจ

กระทรวงพาณิชย์ ทำหน้าที่ศึกษาและดูแลตลาดต่างประเทศ รวมถึงส่งเสริมการลงทุนใน ต่างประเทศ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดำเนินการส่งเสริมด้านการตลาดและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสู่นักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาและยกระดับสปาในประเทศ พร้อมทั้งพัฒนามาตรฐานสปาไทยสู่สากล รวมถึงการเสริมสร้างช่องทางการตลาด

กระทรวงแรงงาน ทำหน้าที่ผลิตบุคลากรโดยพัฒนาฝีมือแรงงานเข้าสู่ระบบ และส่งเสริมตลาดแรงงานไปต่างประเทศ เป็นต้น และได้มีการจัดเตรียมความพร้อมโดยการฝึกอบรมด้านการนวด หรือศาสตร์ความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้ที่สนใจเป็นผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกันขั้นตอนการขอใบรับรองสถานประกอบการ และผู้ให้บริการของกระทรวงสาธารณสุข

กรมส่งเสริมการส่งออก มีนโยบายการส่งเสริมธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาไทยสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจสปาไทยมีจุดเด่นและมีเอกลักษณ์ของการให้บริการแบบวิถีและภูมิปัญญาไทยทำให้เกิดความนิยมของชาวต่างชาติสูง จึงเป็นโอกาสดีในการผลักดันธุรกิจสปาไทยสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อเป็นช่องทางส่งออกสินค้าสมุนไพรไทย สินค้าสุขภาพและความงาม ตลอดจนเครื่องประดับตกแต่งบ้านและสินค้า OTOP ได้อย่างเป็นรูปธรรม และการขยายธุรกิจสปาในรูปแบบแฟรนไชส์จะทำให้ประเทศไทยได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในระดับสากลต่อไป

ผู้สนับสนุนด้านการเงิน ได้แก่

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) มีการปล่อยสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน

2.5 แนวคิดของการประเมินศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงสปา

2.5.1 ศักยภาพ

ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวนั้นว่าจะมีมากน้อยเพียงใด เพียงพอที่จะดึงดูดใจให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวหรือไม่ และถ้าจะดำเนินการพัฒนาในเชิงธุรกิจจะต้องพิจารณาว่าผลตอบแทนคุ้มค่าพอที่จะลงทุนหรือไม่ (พิชญา, 2544 อ้างตาม ลำไย, 2541)

ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมในคุณสมบัติของแหล่ง หรือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยม คุณลักษณะหรือคุณสมบัติดังกล่าวมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นๆ ความสวยงามสุนทรีย์ และความเป็นธรรมชาติ คือคุณลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

ในขณะที่ความมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะ ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ และความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม คือ คุณสมบัติที่สำคัญของแหล่งหรือทรัพยากรธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศิลปวัฒนธรรม (เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน 20 ธ.ค. 45)

Burkart & Medrik (1981) ได้กล่าวเชิงวิเคราะห์ว่า ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว สามารถพิจารณาได้จากคุณสมบัติที่สำคัญ 3 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions)

การกำหนดความน่าดึงดูดใจของสถานที่ให้มีผู้เดินทางไปเยี่ยมชม จัดได้ว่าเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ซึ่งอาจเป็น

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น ทิวทัศน์ ลักษณะอากาศ ชายหาด เกาะแก่ง ป่าเขา ถ้ำ และน้ำตก เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดที่สร้างขึ้น เช่น สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน สวนสนุกและที่พักตากอากาศประเภทรีสอร์ท เป็นต้น

1.3 สิ่งดึงดูดในทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑสถาน หอศิลป์ และวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่น

1.4 สิ่งดึงดูดใจทางสังคม เช่น การพบปะ และการศึกษาวิถีชีวิตของท้องถิ่น และการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ (Accessibilities)

เป็นคุณลักษณะภายในของแหล่งท่องเที่ยวหรือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวออกไปชื่นชมคุณค่า และความสุนทรีย์ ซึ่งหมายรวมถึง สาธารณูปโภค สาธารณูปการ ที่พัก การคมนาคม บริการด้านอาหาร บันเทิง การแลกเปลี่ยนสินค้า และการบริการข้อมูลข่าวสาร

3. การเดินทางเข้าถึงแหล่งเที่ยว (Amenity)

ความสะดวกในการเข้าถึง หมายถึง ความง่าย หรือความยาก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เขาได้ตัดสินใจเลือกเดินทางไปเที่ยวชม จึงถือเป็นเรื่องโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคม ได้แก่ สนามบิน สถานีขนส่ง ท่าเรือ หรือถนน-รถไฟ นอกจากนี้ ยังหมายถึง ความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวและระหว่างแหล่งท่องเที่ยวด้วย

2.6 แนวคิดด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ

2.6.1 การจัดการระบบการบริการให้มีคุณภาพ

การให้บริการอย่างมีคุณภาพเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจนั้น ควรคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและความคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้ที่ต่อการบริการดังกล่าว

ดังนั้นคุณภาพของการบริหารการบริการและการให้บริการของพนักงานบริการนับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ และการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานที่ดี ได้แก่ การเป็นผู้มีจิตสำนึกของการให้บริการ รวมทั้งการมีความรู้ ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีก็เป็นปัจจัยที่มีควรละเลย การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัยสำหรับให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการ จะช่วยส่งเสริมบรรยากาศของการบริการที่สร้างความรู้สึที่ดี และความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์การ หรือธุรกิจบริการใดๆ มักจะคาดหวังที่จะได้รับบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความคาดหวังของคนไข้ที่รอให้แพทย์มาตรวจอาการป่วย ย่อมแตกต่างจากการคาดหวังของวัยรุ่นที่ยืนรอเข้าแถวเพื่อขึ้นรถช้อขนมโรติบอย เพราะคนไข้รู้สึกไม่สบายจะคาดหวังให้ได้รับบริการที่รวดเร็วและเอาใจใส่เป็นพิเศษ

การวิจัยตลาดเกี่ยวกับความต้องการ การรับรู้ การจูงใจ และเจตคติ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังจากงานบริการหรือความต้องการบริการใหม่ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้สามารถเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

3. ความพร้อมในการให้บริการ ประสิทธิภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวไป เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและประทับใจ เช่น เมื่อลูกค้าเข้าไปในร้านเสริมสวยเพื่อทำผม หากเจ้าของร้านปล่อยให้ลูกค้าต้องรออยู่เป็นเวลานานเกินกว่าเหตุ เพราะมีช่างและอุปกรณ์น้อย ต้องทำผมให้ทีละคนจนเสร็จ จึงจะลงมือทำให้คนต่อไปได้ ย่อมทำให้ลูกค้าเบื่อและไม่อยากมารับบริการต่อไป ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่า ได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะให้บริการได้ทันทีเมื่อมีผู้มารับบริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ คุณภาพของการบริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบ และถูกใจกับบริการที่ได้รับย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะต่างๆ กัน และมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการรับและเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ลูกค้าเข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่ง พนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ รับคำสั่งและนำอาหารเสิร์ฟถูกต้อง ไม่ต้องรอนาน อาหารมีรสชาติดี โต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงามด้วยอุปกรณ์เข้าชุดกัน มีเสียงดนตรีเบาๆ ภายในภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัย ไม่แออัดและสะอาดเรียบร้อย หลังจากจ่ายเงินค่าบริการลูกค้าไม่มีความรู้สึกเสียดายเงินที่จ่ายไป และตั้งใจว่าจะกลับมาภัตตาคารนี้อีก เพราะอาหารอร่อยและบริการที่ดีเยี่ยมเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าได้รับคุณค่าจากการบริการอย่างเต็มเปี่ยม

5. ความสนใจต่อการบริการ การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคน อย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาใจใส่เฉพาะลูกค้าที่ซื้อ

สินค้าครั้งละมากๆ หรือลูกค้าที่มีฐานะดีแต่งตัวดีโดยไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าอื่น ย่อมทำให้ลูกค้านั้นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้ และอาจไม่พอใจที่จะเป็นลูกค้าอีกต่อไป

ดังนั้น การปฏิบัติต่อลูกค้าจะต้องสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลาในกรณีที่ลูกค้ามาขอรับบริการพร้อมกันหลายคน ควรให้การบริการตามลำดับก่อนหลังในลักษณะที่ใครมาก่อนจะได้รับการบริการก่อน โดยไม่ด่วนตัดสินลูกค้าจากเพียงรูปร่างหรือกำลังซื้อเท่านั้น ผู้ให้บริการจะต้องทราบเทคนิคการให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้พฤติกรรมของลูกค้าในการให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอหิยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมการบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกที่สง่างาม มีชีวิตชีวาที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ

นอกจากนี้ การพิถีพิถันต่อการให้บริการเล็กๆ น้อยๆ ให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การช่วยถือสิ่งของ การเรียกชื่อแขกที่มาพักในโรงแรมได้อย่างถูกต้อง การจัดดอกไม้หรือการ์ดอวยพรเล็กๆ วางไว้บนหมอน การยื่นของให้แขกด้วยกิริยานอบน้อมสุภาพ และการเสิร์ฟน้ำเย็นๆ ต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการเป็นต้น สิ่งเหล่านี้ แสดงถึงความเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิดและด้วยน้ำใจของการบริการ

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับ การบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด ปรัชญาการบริการ หรือแผนในการบริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการ เพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ เริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความต้องการ ปฏิกริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นำมา กำหนดเป้าหมายของการบริการรวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัดและมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน การ ตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ

งานด้านบริการ ประกอบด้วยงาน 3 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 ลูกค้า ทุกองค์การพึงระลึกเสมอว่าลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด ลูกจ้างเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ไม่มีองค์การใดดำเนินธุรกิจได้โดยปราศจากลูกค้า องค์กรธุรกิจอยู่ได้เพราะลูกค้า ลูกค้าคือพื้นฐานขององค์กร

ขั้นตอนที่ 2 การเชื่อมต่อ ซึ่งมีลักษณะเชื่อมต่อและซึมแทรกกระจายทุกๆ จุด ผู้ปฏิบัติงานในขั้นนี้ ได้แก่ พนักงานบริการ นอกจากนี้บางทีก็ไม่ได้ตัวบุคคล แต่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ เครื่องใช้ในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้การให้มีเครื่องแบบสง่างามที่บริษัทมอบให้พนักงาน มีผลกระทบต่อทัศนคติของทั้งสองฝ่าย คือ พนักงานและลูกค้า

ขั้นตอน 3 การประสานงาน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้บริหารต้องจัดการประสานกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างกิจกรรมเป็นเลิศ ดังนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงหน่วยงานในลักษณะให้มีขั้นตอนการประสานงานกันอย่างดี หน่วยงานในลักษณะขั้นตอนนี้ดังกล่าว คือ ลูกค้าเชื่อมต่อและประสานให้เกิดขึ้นเสมอ

หัวใจการให้บริการ (Key Principles) มีดังนี้

1. รักษาหรือเพิ่มพูนในศักดิ์ศรีของลูกค้า ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติดังนี้
 - 1.1 ปฏิบัติให้เห็นว่า ลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญ
 - 1.2 ให้คำชมตามความเหมาะสม เช่น ความคิดของคุณดีมากครับ
 - 1.3 ผู้บริการต้องแสดงความพอใจ เช่น ยินดีด้วยครับที่คุณจัดการเรื่องนั้นได้
 - 1.4 ผู้ให้บริการต้องสุภาพ และอ่อนน้อม
 - 1.5 มีความจริงใจ
2. รับฟังและสนองตอบด้วยความเต็มใจทุกขณะบริการ ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติดังนี้
 - 2.1 ตั้งใจฟังเพื่อให้ทราบว่า ลูกค้ามีความรู้สึกอย่างไร
 - 2.2 แสดงให้เห็นว่าท่านเข้าใจและจะช่วยให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อการสนทนาด้วย มีการตอบสนองข้อเท็จจริงและแสดงความเห็นใจในความรู้สึกของลูกค้า
3. ขอแนวความคิดและ/หรือให้คำแนะนำ หมายถึง การให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการสนทนาตามความเหมาะสม ดังนี้
 - 3.1 ขอแนวความคิด แม้ว่าท่านจะมีแนวทางแก้ไขอยู่แล้ว เช่น ที่คุณคิดไว้คืออะไร คุณคิดว่าเราควรจัดการเรื่องนั้นอย่างไร คุณจะดำเนินการอย่างไรดี
 - 3.2 หลีกเลี่ยงการบอก หรือการบังคับลูกค้า เช่น คุณชอบแบบไหนมากกว่า คุณคิดว่าถ้าเป็นอย่างนี้จะดีหรือไม่

ความสำคัญของการให้บริการลูกค้า

ทราวยทอง วรธนพิศิษฐ์ (2546: 12-18) กล่าวถึงความสำคัญของการให้บริการไว้ว่า การบริการมีความสำคัญแก่ผู้ให้บริการและต่อผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ บุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานบริการล่วงหน้า เนื่องจากเป็นบุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการหรือลูกค้าโดยตรง เริ่มตั้งแต่การต้อนรับผู้ที่เข้ามาติดต่อจนกระทั่งการอำลาบุคคลนั้นเมื่อบริการต่างๆ สิ้นสุดลง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานบริการตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการหรือลูกค้า ด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ อย่างเต็มเปี่ยมและรู้จักเรียนรู้การพัฒนาศักยภาพตนเองให้มีคุณภาพอันนำไปสู่การเป็นนักบริการระดับมืออาชีพ ดังนี้

1.1 ทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง โดยมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของการบริการ ด้วยการกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพึงพอใจเป็นสำคัญ

1.2 ทำให้เข้าใจ และยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการซึ่งมีความหลากหลาย ทั้งในด้านความต้องการ ความคาดหวัง และการแสดงออกต่อการบริการ อันเนื่องมาจากความแตกต่าง ระหว่างบุคคล ช่วยให้การวางแผนและปฏิบัติงานบริการสามารถสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

1.3 ทำให้ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการให้บริการที่ผู้ปฏิบัติงานบริการพึงปฏิบัติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เบื้องต้นของการบริการ โดยเฉพาะจะต้องคำนึงบุคลิกภาพและการแสดงออกด้วยไมตรีจิตที่สามารถทำให้ผู้รับบริการประทับใจและตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นลูกค้า ประจำ

1.4 ทำให้รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการ และคุณลักษณะของการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งเกิดความไม่พอใจในบริการที่ได้รับ

2. ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ ปัจจุบันผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ก็ตระหนักถึงความสำคัญของการบริการมากขึ้นและหันมาให้บริการเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่นับว่ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำความเข้าใจ

เกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการจะช่วยให้ผู้บริหารการบริการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่ยอดเยี่ยมได้ ดังนี้

2.1 ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าหรือผู้บริโภคนับเป็นอันดับแรกและรู้จักสำรวจความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานได้ถูกต้องเหมาะสม

2.2 ทำให้เห็นความสำคัญของบุคลากรหรือผู้ที่ปฏิบัติงานบริการซึ่งมีบทบาทสำคัญที่จะดึงผู้บริโภคนำมาเป็นลูกค้าประจำขององค์การธุรกิจ ด้วยการสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพในการบริการอย่างทั่วถึงทั้งในด้านความรู้และทักษะการบริการที่มีคุณภาพ

2.3 ทำให้เข้าใจกลยุทธ์การบริการต่างๆ ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคคลกรที่มีคุณภาพ การสร้างเอกลักษณ์ในการบริการที่ประทับใจ การบริหารองค์การที่มีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัย โดยมีความคาดหวังของลูกค้าที่นั้นเกิดจากปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต
2. ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน
3. คู่แข่งขัน
4. การโฆษณาของกิจการเอง

2.7 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ (2544) ได้กล่าวถึงวิธีการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis และใช้ Five Force Model และ FTA (www.thaifita.com) ได้วิเคราะห์ศักยภาพของการค้าสินค้าจากมูลค่าการนำเข้าส่งออกพร้อมกับ Boston Consulting Group's Model โดยใช้ปัจจัยด้านสัดส่วนการค้า อัตราการเติบโต และเสถียรภาพการเติบโต แล้วคำนวณโดยหาน้ำหนักของจุดศูนย์กลาง จะจำแนกสินค้าได้เป็น Star, Question mark, cash และ cow. การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจสปาให้มีศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไรให้กับธุรกิจจะมีส่วนที่สนับสนุนการจัดวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยรูปแบบ 5 Forces ปัจจัยที่ต้องพิจารณาได้แก่

1. คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน (Industry Rivalry) ผู้บริหารสภา จะต้องศึกษาคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการประเภทเดียวกัน เพื่อให้ทราบถึงวิวัฒนาการ เปลี่ยนแปลงทั้งด้านความต้องการและอุปทานในสภา

2. ลูกค้า (Customers) ต้องมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนเพื่อที่จะให้มีการจัดบริการตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้ามีความหลากหลายแต่ทุกคนล้วนแต่ต้องการได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผู้บริหารสภา จะต้องทำการบริหารความคาดหวัง (Expectation) เพื่อหาจุดที่เหมาะสมในการบริการเพื่อให้การบริการเกิดคุณภาพที่ดี การบริหารความต้องการของลูกค้า (Managing Demand) เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการพัฒนาการบริการเสริม (Developing complementary services) การพัฒนาระบบการจองการใช้บริการ (Developing reservation systems) การประมาณการความต้องการที่ไม่ได้มาจากกลุ่มลูกค้าที่เราได้วางแผนไว้ (Partitioning Demand) การกำหนดราคาที่สูงใจลูกค้า (Establishing price incentives) รวมถึงทำการส่งเสริมการขายในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการน้อย (Promoting off-peak demand) ทั้งนี้เพื่อให้รายได้เข้าตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

3. อุปทาน (Suppliers) การจัดการด้านอุปทาน จะเน้นที่การนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่าที่สุดและต้องจัดหามาจากแหล่งที่มีต้นทุนต่ำในระดับที่ยอมรับได้ แนวทางการบริหารอุปทานจะต้องพิจารณาในความพร้อมพร้อมของปริมาณห้องที่พร้อมที่พึงจัดให้มีไว้รองรับการใช้บริการของลูกค้าการจัดอบรมพนักงานนวดจึงมีความจำเป็น ต้องให้ความสำคัญสำหรับธุรกิจสปาที่มีการขยายตัวอย่างมาก ผู้บริหารจะต้องหาวิธีการที่จะให้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้รู้จักกิจการของเรามากขึ้น

4. คู่แข่งขันรายใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรม (New Comers) อุตสาหกรรมใดก็ตามที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก เทคโนโลยีไม่สูง โอกาสทางธุรกิจมีมากก็ย่อมทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาสู่ธุรกิจนั้นง่ายขึ้นเช่นเดียวกับสภา ที่มีองค์ประกอบตามที่กล่าวมาแล้ว ผู้บริหารสภา จึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถยืนหยัดอยู่ในตลาดได้

5. สินค้าทดแทน (Substitution) การบริการด้านสุขภาพเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ระดับครัวเรือนจนกระทั่งถึงระดับโลก แต่ความต้องการในบริการก็จะถูกกำหนดโดยผู้บริโภคว่ามีศักยภาพหรือกำลังซื้อหรือไม่ แต่ที่น่าสังเกตในบางกลุ่มลูกค้าถึงจะมีกำลังซื้อสูงแต่ก็ไม่พร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับความสุขสบายในราคาที่สูง โดยเฉพาะการนวดไม่ว่าจะเป็นศาสตร์จากประเทศไหนหรือจากอารยธรรมไหนก็ตามก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว อีกทั้งเป็นศิลปะ

และความสามารถเฉพาะตัวของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้บริโภคร่วมที่จะทดลองของใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา เช่นถ้าไม่สะดวกที่สปาในโรงแรม 5 ดาว ก็สามารถไปนวดตามร้านนวดเท้าที่อยู่เรียงรายตามท้องถนนได้

ดร.สมคิด จตุศรีพิทักษ์ (2548) กล่าวว่า การวิเคราะห์ลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) สามารถหาค่าศักยภาพของสินค้าดาวเด่นได้ โดย นายสาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน (2546) ได้กล่าวถึงสายโซ่คุณค่าว่า เป็นการอธิบายการมอของธุรกิจเสมือนสายโซ่ที่จะแปรสภาพจากปัจจัยนำเข้าไปเป็นผลผลิต ซึ่งมีคุณค่าต่อลูกค้าๆ เกิดจากการทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่าง กิจกรรมมีต้นทุนต่ำลงและกิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว และสอดคล้องกับ ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล (2545) ว่า Value Chain คือกลยุทธ์หลักที่กำหนดทิศทางธุรกิจได้ชัดเจนว่า องค์ประกอบของธุรกิจ ทรัพยากร ความชำนาญ และยุทธปัจจัยจะถูกนำไปใช้อย่างไร และเมื่อใดที่ supply chain ตอบสนอง demand chain ได้จะเกิด value chain ซึ่งกรอบของ Value chain จะได้แบ่งกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรออกเป็นประเภทต่าง ๆ โดยพิจารณาในแง่ความสำคัญต่อการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ เพื่อที่ผู้วิเคราะห์จะสามารถศึกษาถึงลักษณะ ความสำคัญ และความสัมพันธ์ของแต่ละกิจกรรม

โมเดลลูกโซ่แห่งคุณค่าแสดงให้เห็นถึงคุณค่าทั้งหมดที่องค์กรมอบให้แก่ลูกค้า โดยที่กิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีส่วนช่วยในการก่อให้เกิดคุณค่าของทั้งองค์กร

1. กิจกรรมหลักภายในองค์กร (Primary Activities) ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้
 - 1.1 Inbound Logistics ได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบ inputs ต่าง ๆ
 - 1.2 Operations ได้แก่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบ ให้ออกมาเป็นสินค้า
 - 1.3 Outbound Logistics ได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่เสร็จสิ้นแล้วไปยังผู้บริโภค
 - 1.4 Marketing and Sales ได้แก่กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการชักจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการขององค์กรธุรกิจ
 - 1.5 Customer Service ได้แก่กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าหรือบำรุงรักษาสินค้า รวมทั้งการบริการหลังการขาย
2. กิจกรรมเสริมหรือกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) สามารถแบ่งออกเป็น

2.1 Procurement ได้แก่กิจกรรมหรือหน้าที่ในการจัดหาหรือจัดซื้อวัตถุดิบ เพื่อเข้ามาใช้ในกิจกรรมหลักต่าง ๆ แต่ไม่ใช่กิจกรรมในการซื้อวัตถุดิบเหล่านั้น

2.2 Technology Development ได้แก่กิจกรรมที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้แก่ตัวสินค้าหรือกระบวนการ

2.3 Human Resources Management ได้แก่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล

2.4 Firm Infrastructure ได้แก่โครงสร้างหรือกิจกรรมพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปในองค์กร

การทำตลาดโดยใช้องค์ประกอบทั้ง 8 ของการบริหารบริการแบบผสมผสาน (8Ps': องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product), ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นของผู้บริการ (price), สถานที่ (place / cyberspace), การส่งเสริมทางการตลาด (promotion), หลักฐานที่เป็นตัววัตถุ (physical environment) เป็นการบริการที่สามารถทำให้เห็นได้ จะแสดงคุณภาพ หรือการแสดงผล สัญลักษณ์, กระบวนการ (process), การผลิตและคุณภาพ (production and quality), บุคคล (people) เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ (Lovelock แปลและอ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546)

การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอขาย เช่น รายการทัวร์เหมา (package Tour) เรือสำราญ (Cruise)
2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการ และการกำหนดเวลา
3. ช่องทางการจำหน่าย (Place/Process of Delivery) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการไปให้ถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด เช่น จัดจำหน่ายโดยตัวแทนบริษัทจำหน่าย (Travel Agent)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะให้กระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซื้อจำนวนมากขึ้น เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย
5. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อสินค้าและบริการ และคณะที่ลูกค้าบริโภคสินค้าซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที เช่น การขายทัวร์ที่มีโต๊ะของพนักงานขายกับลูกค้าที่พักในห้องพักของโรงแรม
6. กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวและการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาด

นักท่องเที่ยว

7. การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการท่องเที่ยวหลายๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองของกลุ่มตลาดเป้าหมายธุรกิจเช่น รายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ

8. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership / Participation) หมายถึง การประสานงานร่วมมือกันทางธุรกิจระหว่างธุรกิจผู้ซื้อ และผู้ขายในธุรกิจท่องเที่ยวในการร่วมมือกันเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้รับความพอใจสูงสุดโดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการและระดับราคาที่เหมาะสม

นอกจาก 8 Ps' ข้างต้นแล้ว องค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีอีกหลายอย่าง ธุรกิจควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ เช่น บุคลากรท่องเที่ยว ประชาชน การเมือง ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์การตลาดท่องเที่ยว การเพิ่มหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยว และยังมี 4 Cs' ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ที่มองทางด้านความต้องการของผู้บริโภคและควรที่จะต้องนำมาใช้ร่วมในแผนปฏิบัติการทางการตลาดด้วย โดย 4 Cs' ได้แก่

- 1 Consumer Need คือ ผลิตภัณฑ์สินค้าตามความต้องการของลูกค้า
- 2 Customer Benefits คือ ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ
- 3 Convenience คือ เป็นสินค้าที่สะดวก
- 4 Communication คือ การรับรู้ข่าวสารสินค้า

2.8 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2540) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ว่าเป็นกิจกรรมที่เกิดจากความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ที่ต้องการมีสุขภาพดี ปราศจากโรค และเป็นมีผิวพรรณที่ดี เมื่อต้องพบปะในวงสังคม ตามทฤษฎีของ Maslow ซึ่งได้ผลตรงกับ ภูสิต เพ็ญศิริ (2548) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นด้านการบริการ และสิ่งดึงดูดให้ไปใช้บริการสปาของคนกรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่าง 200 คน พบว่า สาเหตุจูงใจหรือสิ่งดึงดูดให้เข้าไปใช้บริการสปา คือ ต้องการดูแลสุขภาพตัวเอง ร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ ผิวพรรณไม่ค่อยดี ร้อยละ 13.6 เป็นการทดลองว่าสปาดีหรือไม่ ร้อยละ 12.1 ตามลำดับ รูปแบบสปาที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ บริการผ่อนคลาย ร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ บริการเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผิวพรรณ ร้อยละ 24.5 ดูแลความสวยงาม ผม เล็บ ร้อยละ 13.5 และนวดเพื่อบำรุงสุขภาพ ร้อยละ 9 และหัวใจสำคัญของการ

ให้บริการสปาคือ พนักงานให้บริการ ร้อยละ 21.5 รองลงมาคือ คอร์สหรือเมนูที่ให้บริการ ร้อยละ 18.5 และการตกแต่งร้าน ร้อยละ 11

เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน (2543) อ้างถึงการผลการประชุม JATA 1993 ว่า รูปแบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตจะอยู่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ซึ่งมีแนวโน้มมากขึ้น ได้แก่การทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการก็นำเที่ยวควรสร้างโครงสร้างพื้นฐานของระบบบริการข้อมูลใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบินด้านการดำเนินงาน ซึ่งขัดแย้งกับ ภูสิต เพ็ญศิริ (2548) ที่สำรวจพบว่าสื่อกลางที่สามารถติดตามข้อมูลได้มากที่สุดคือ นิตยสาร วารสาร ร้อยละ 23 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 21.5 และ นิตยสาร งานแสดงสินค้า ร้อยละ 13

ภูสิต เพ็ญศิริ (2548) ได้สำรวจความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจและผลิตภัณฑ์สปา ของคนกรุงเทพฯ ฯ จำนวน 200 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใส่ใจสุขภาพของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในระดับเฉยๆ ร้อยละ 54.4 สนใจมาก ร้อยละ 40.5 ส่วนใหญ่คิดว่า สปาหมายถึง การใช้ศาสตร์ต่างๆ ผสมผสานเพื่อรักษาโรค ร้อยละ 28.2, การนวดและการใช้กลิ่นบำบัด ร้อยละ 23.7 และการใช้ธรรมชาติบำบัด เท่ากับการนวดเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 11.3 ส่วนใหญ่ใช้บริการสปาประเภท Day spa มากที่สุดคือร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ Hotel and Resort Spa ร้อยละ 20.5 และ Mineral spring spa ร้อยละ 18 กลุ่มผลิตภัณฑ์สปาที่นิยมใช้มากที่สุด คือ LUX spa ร้อยละ 21 สิ่งที่คาดหวังมากที่สุดคือ สุขภาพร่างกายและจิตใจดีขึ้น ร้อยละ 19.5 ต้องการสบายสดชื่นขึ้น คิดเป็นร้อยละ 18.5

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย เป็นการสำรวจเชิงพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพื่อการแข่งขันในระดับสากล
2. เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่

1.1 ผู้ประกอบการที่ผ่านการประเมินได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ ประเภทสปาเพื่อสุขภาพ จากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่

1. ภูเก็ตรีสอร์ท แอนด์สปา
2. สุมาลีเฮลท์แอนด์สปา
3. โรงแรมนันทารีสอร์ท แอนด์ สปา

1.2 ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง หรือมีการประกอบกิจการเป็นเวลานาน แต่ยังไม่ได้รับการรับรองหรือลงทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข ประมาณจำนวน 5 แห่ง ใช้วิธีการเลือกโดยสะดวก คือ

1. โรงแรมเดอริเวอร์เฮาส์ รีสอร์ท แอนด์สปา
2. โรงแรมเดอะเลเจนด์สปา แอนด์รีสอร์ท
3. โกลเด้นพาย รีสอร์ท
4. ศิลาณี รีสอร์ท แอนด์สปา
5. ร้านสมุนไพรแม่คำหล้า

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มารับบริการด้านสปา เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด จากสูตร Yamane ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงเลือกใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มแบบบังเอิญ จากแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ อำเภอเมือง บริเวณไนท์พลาซ่า สนามบินนานาชาติ อำเภอ

แม่สาย เชียงแสน และเชียงของ โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน (ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5) และ ชาวต่างประเทศ 100 คน (ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10)

3. กลุ่มผู้สนับสนุน ภาครัฐบาล หรือภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. หน่วยธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย
2. คณะบดีวิทยาลัยแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3. ผู้ช่วยผู้อำนวยการ กรมพัฒนาแรงงานฝีมือจังหวัดเชียงราย
4. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในครั้งนี้ เป็นได้ใช้การวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสถานประกอบการ โดยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายเปิด ให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตัดสินใจรับบริการสปา โดยใช้การประเมินค่า (ranking scale) ต่อส่วนผสมทางการตลาด 5 ระดับดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับการพิจารณามากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับการพิจารณามาก
- 3 หมายถึง ระดับการพิจารณาพอใช้
- 2 หมายถึง ระดับการพิจารณาน้อย
- 1 หมายถึง ระดับการพิจารณาน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นจากการรับบริการสปา ในจังหวัดเชียงราย โดยเป็นแบบประเมินความคาดหวังและความพึงพอใจ โดยใช้การประเมินค่า (ranking scale) ต่อการให้การดำเนินงานบริการสปา 5 ระดับดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคาดหวัง / ความพึงพอใจ มากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคาดหวัง / ความพึงพอใจ มาก
- 3 หมายถึง ระดับความคาดหวัง / ความพึงพอใจ พอใช้
- 2 หมายถึง ระดับความคาดหวัง / ความพึงพอใจ น้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคาดหวัง / ความพึงพอใจ น้อยที่สุด

และข้อเสนอแนะ เป็นข้อมูลปลายเปิด เพื่อเปิดรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 แบบสอบถาม เพื่อการวัดความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการรับบริการสปาในจังหวัดเชียงราย

3.3.2 แบบสัมภาษณ์ แบบไม่มีโครงร่าง โดยเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคลผู้จัดการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตัดสินใจรับบริการสปา โดยใช้ระดับการวัดเป็นช่วง (Interval) วิเคราะห์สถิติด้วย Likert Scale เพื่อวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ และคำนวณค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การวัดระดับดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง ใช้การพิจารณาต่อปัจจัยการเลือกบริการสปามากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง ใช้การพิจารณาต่อปัจจัยการเลือกบริการสปามาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ใช้การพิจารณาต่อปัจจัยการเลือกบริการสปาพอใช้

1.81 – 2.60 หมายถึง ใช้การพิจารณาต่อปัจจัยการเลือกบริการสปาน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง ใช้การพิจารณาต่อปัจจัยการเลือกบริการสปาน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นจากการรับบริการสปา ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้ระดับการวัดเป็นช่วง (Interval) วิเคราะห์สถิติด้วย Likert Scale เพื่อวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ และคำนวณค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การวัดระดับดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการสปามากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการสปา

2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการสปาพอใช้

1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการสปาน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการสปาน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 การประเมินอัตราของระดับค่าความคาดหวังต่อระดับค่าความพึงพอใจ โดยใช้
เกณฑ์ดังนี้

- อัตราส่วนของความคาดหวัง เท่ากับ ความพึงพอใจ แสดงให้ทราบว่า ภาพรวมของ
ปัจจัยนั้นๆ ของผู้ประกอบการสปาในเชียงราย มีศักยภาพในการให้บริการ
- อัตราส่วนของความคาดหวัง น้อยกว่า ความพึงพอใจ แสดงให้ทราบว่า ภาพรวมของ
ปัจจัยนั้นๆ ของผู้ประกอบการสปาในเชียงราย มีศักยภาพในการให้บริการเกินคาด
- อัตราส่วนของความคาดหวัง มากกว่า ความพึงพอใจ แสดงให้ทราบว่า ภาพรวมของ
ปัจจัยนั้นๆ ของผู้ประกอบการสปาในเชียงราย ยังขาดศักยภาพในการให้บริการ

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย ได้กำหนดที่จะสัมภาษณ์และการสังเกตกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการ และ 2. กลุ่มผู้สนับสนุน ภาครัฐบาล หรือภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1.1 ผู้ประกอบการที่ผ่านการประเมินได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพ จากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีจำนวน 3 แห่ง ได้แก่

1. ภูเก็ตรีสอร์ท แอนด์สปา
2. สุมาลีเฮลท์แอนด์สปา
3. โรงแรมอนันตรารีสอร์ท แอนด์ สปา

1.2 ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียง หรือมีการประกอบกิจการเป็นเวลานาน แต่ยังไม่ได้รับการรับรองหรือลงทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข ประมาณจำนวน 6 แห่ง ใช้วิธีการเลือกโดยสะดวก คือ

1. โรงแรมเคอริเวออร์เฮาส์ รีสอร์ท แอนด์สปา
2. โรงแรมเดอะเลเจนด์สปา แอนด์รีสอร์ท
3. โกลเด้นพาย รีสอร์ท
4. ศิลาภรณ์ รีสอร์ท แอนด์สปา
5. ร้านสมุนไพรแม่คำหล้า

2. กลุ่มผู้สนับสนุน ภาครัฐบาล หรือภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. หน่วยธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย
2. คณะบดีวิทยาลัยแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

3. ผู้ช่วยผู้อำนวยการ กรมพัฒนาแรงงานฝีมือจังหวัดเชียงราย

4. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

และใช้เครื่องมือชนิดแบบสอบถาม เพื่อสอบถามความต้องการและคาดหวังของผู้รับบริการสปา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มารับบริการสปา โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน (ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5) และ ชาวต่างประเทศ 100 คน (ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10) โดยสุ่มแบบบังเอิญ จากแหล่ง

ท่องเที่ยวและแหล่งชุมชนหนาแน่น ได้แก่ อำเภอเมือง ได้แก่บริเวณไนท์พลาซ่า สยามบิณานาชาติ อำเภอแม่สาย เชียงแสน และเชียงของ

4.1 ผลจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ผู้ประกอบการ

4.1.1 ลักษณะการดำเนินงานผู้ประกอบการสปาเชียงราย

จากวิสัยทัศน์ของจังหวัดเชียงรายที่ว่า เชียงรายประตูทองของวัฒนธรรมล้านนาสู่การค้าสากล ซึ่งเชียงรายเป็นจุดเชื่อมโยงความสัมพันธ์และการคมนาคมระหว่างประเทศ พม่า ลาว จีน และด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยให้เชียงราย เป็นศูนย์บริการสุขภาพในระดับนานาชาติที่โดดเด่นในเอเชีย ภายใต้การปกครองโดยระบบผู้ว่า CEO ทำให้เกิดหน่วยงานที่จะสนับสนุนธุรกิจสปา ได้แก่หน่วยธุรกิจบริการสุขภาพ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย ได้ร่วมมือกับองค์กรภาคเอกชน ผู้ประกอบการสปา นวด สมุนไพรและได้การจัดตั้งชมรมสปา ซึ่งได้เริ่มประชุมนำร่องเพื่อการจัดกลุ่ม (Cluster) เพื่อการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ ซึ่งประกอบจากธุรกิจสปา นวด และผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพร และในจังหวัดมีสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพ ประกอบด้วย

1. การบริการทางการแพทย์และทันตแพทย์
2. การบริการด้านนวดและสปาเพื่อสุขภาพ
3. การผลิตสินค้าสมุนไพรที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

โดยจำนวนของสถานบริการสปาในจังหวัดเชียงราย ที่มีอยู่มากมายในปัจจุบันหากแบ่งเป็นประเภทต่างๆ จะแบ่งได้หลายแบบ ดังนี้

ชื่อสถานประกอบการสปา	ประเภท
ภูใจใส รีสอร์ทแอนด์สปา*	resort spa
อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา*	resort spa
โกลเด้นพาย รีสอร์ท	resort spa กึ่ง amenity spa/ mini spa
ทีคการ์เด้น สปา รีสอร์ท	hotel and resort spa (ให้บริการสปาบางส่วน)
เดอะรีเจนท์สปา แอนด์รีสอร์ท	resort spa
เดอะรีเวอร์เฮาส์ รีสอร์ท แอนด์สปา	amenity spa/ mini spa
ศิลามณี รีสอร์ท แอนด์สปา	resort spa (ปิดกิจการสปาชั่วคราว)
ดอยหม่มฟ้า รีสอร์ท แอนด์สปา	(ระหว่างดำเนินการ)
พี เค ฮีทสปา รีสอร์ท	hot spring spa ให้บริการในรีสอร์ท

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และรูปแบบการบริการสปาในโรงแรม/รีสอร์ท

ชื่อสถานประกอบการสปา	ประเภท
โรงพยาบาลเกษมราชบุรีศรีบุรินทร์	กายภาพบำบัดและนวด
โรงพยาบาลเชียงใหม่ประชานุเคราะห์	กายภาพบำบัดและนวด
โรงพยาบาลโอเวอร์บรีค	กายภาพบำบัดและนวด
บ้านล้านนาสปา วิทยาลัยการแพทย์ พื้นบ้าน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	destination spa
ศูนย์สุขภาพแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัย แม่ฟ้าหลวง	กายภาพบำบัดและนวด
โรงพยาบาลเชียงใหม่	นวด อบสมุนไพร
โรงพยาบาลแม่ลาว	นวด อบสมุนไพร

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และรูปแบบการบริการสปาในโรงพยาบาล

ชื่อสถานประกอบการสปา	ประเภท
สุมาลีเฮลท์แอนด์สปา	club spa / day spa
โรงแรมดุสิต ไฮส์แลนด์รีสอร์ท	นวด และออกกำลังกาย
เชียงใหม่สปอร์ตคลับ	ออกกำลังกาย
บอดีบาลานซ์	ออกกำลังกาย
ฟิตเนส เซ็นเตอร์	ออกกำลังกาย

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และรูปแบบการสถานบริการสปาและศูนย์ออกกำลังกาย

ชื่อสถานประกอบการสปา	ประเภท
บ่อน้ำพุร้อนผาเสริฐ	hot spring spa
บ่อน้ำพุร้อนห้วยหมากเหลี่ยม	hot spring spa
บ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท	hot spring spa
บ่อน้ำพุร้อนป่าตึง	-
บ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว	-
บ่อน้ำพุร้อนแม่เจดีย์	-

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และรูปแบบการสถานบริการแหล่งน้ำพุร้อน

ชื่อสถานประกอบการสปา	ประเภท
สมุนไพรมะค่าหล้า	อบสมุนไพรมะค่าหล้า
พีที สปา	salon spa
สปาบ้านปนัดดา	salon spa
มะนาวบิวตี้ แอนด์สปา	salon spa
อ้อยบิวตี้ แอนด์สปา	salon spa
Mini spa	salon spa
นก	salon spa
ศูนย์ความงามครบวงจรสปา&บิวตี้	salon spa

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และรูปแบบการสถานบริการแบบอื่นๆ

หมายเหตุ : ตารางที่ 4.5 เป็นชื่อของสถานประกอบการที่นักท่องเที่ยวที่ตอบว่าได้ใช้บริการสปา และเป็นสถานบริการที่ผู้ทำวิจัยเคยได้ยิน

พบว่า รูปแบบการให้บริการสปาในจังหวัดเชียงราย แบบ Resort /hotel spa มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 6 แห่ง แต่ขณะทำการศึกษามี 1 แห่งปิดชั่วคราว แบบ Amenity spa จำนวน 2 แห่ง ระหว่างกำลังดำเนินการและให้บริการบางส่วน จำนวน 2 แห่ง คือจำนวน 4 แห่ง รองลงมา คือการให้บริการในแหล่งน้ำพุร้อน จำนวน 4 แห่ง แบบ Day spa จำนวน 1 แห่ง แบบ Destination spa จำนวน 1 แห่ง ซึ่งการให้บริการเพื่อสุขภาพในสถานพยาบาลส่วนใหญ่เป็นแบบ กายภาพบำบัด การนวด และอบสมุนไพรมะค่าหล้า

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งแบบไม่เป็นทางการและไม่ได้แจ้งให้ทราบล่วงหน้า เกี่ยวกับด้านการดำเนินงาน สภาพแวดล้อมการแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาส ของธุรกิจสปา ซึ่งมีคำตอบได้หลายแง่ แล้วแต่มุมมองและประสบการณ์ทำงาน และขึ้นอยู่กับลักษณะการประกอบการ ตำแหน่งทางธุรกิจ (Position map) ขนาด ที่ตั้ง และลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (target group) จึงได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจสปา พบว่า

1. รูปแบบการประกอบการ จะขึ้นอยู่กับความสนใจและแนวคิดของเจ้าของธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการประยุกต์ศาสตร์ต่างๆ กับศิลปะการตกแต่งสถานที่ โดยแต่ละที่จะสร้างวัฒนธรรม และภาพลักษณ์เฉพาะตัว

2. การกำหนดระดับการให้บริการ ใช้ปัจจัยด้านสถานที่เป็นหลัก พิจารณาจากกลุ่มราคาของเมนูสปา จะพบว่าจังหวัดเชียงราย มี Hotel/resort spa จำนวน 6 แห่ง และมี club spa เพียงแห่งเดียว และมีเพียง 3 แห่งที่ได้ใบรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุข นอกนั้นยังอยู่ระหว่างการเตรียมการ ดำเนินการ และเป็นสถานที่บำบัด กายภาพ และนวด โดยมาก Hotel/resort spa จะตั้งห่างจากตัวเมือง แต่กระจายตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ซึ่งสถานประกอบการสปาที่มีกำลังทรัพย์ ได้อยู่ระหว่างการพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับประกาศกระทรวง เพื่อจะได้รับใบรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าและสร้างความแตกต่างระหว่างสถานประกอบการสปาที่ร้านนวดต่างๆ

3. ผู้จัดการสปา ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ และความเชี่ยวชาญ และมีลักษณะของการหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ และอยู่ระหว่างการดำเนินการขอใบรับรองอนุญาตมาตรฐานสถานประกอบการ และผู้ให้บริการสปา สังเกตจาก ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการสปา ได้เข้าร่วมและมีบทบาทในชมรมสปา และเข้าร่วมการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่หน่วยธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ได้จัดเสมอ

4.1.2 การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อนของอุตสาหกรรมสปาใน จังหวัด เชียงราย

โอกาสของธุรกิจสปา

1. เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล ด้านนโยบายที่ให้ภายในปี พ.ศ. 2551 ประเทศไทย จะเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย และได้การกำหนดให้ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัด เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดที่โดดเด่นด้านสปา ทำให้เกิดโอกาสให้มีนักท่องเที่ยวบางส่วนแวะเข้ามาท่องเที่ยว และก่อให้เกิดแรงกระตุ้นให้นักธุรกิจหันมาให้ความสนใจสปาในจังหวัดเชียงรายมากขึ้น

2. การที่จังหวัดเชียงรายมีสนามกอล์ฟที่ขึ้นชื่อดีที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย (สนามกอล์ฟสันติบุรี) ทำให้คนที่มีนิยมการเล่นกีฬา กอล์ฟ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อขายสูง หลั่งไหลเข้ามาในจังหวัด

3. การที่แหล่งท่องเที่ยวของเชียงรายและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวที่ต้องอาศัยการเดินทางเป็นหลัก เช่น การจับจ่ายซื้อของที่อำเภอแม่สาย หรือการเดินทางนั่งรถเพื่อเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ต้องใช้เวลานาน เนื่องจากภูมิประเทศเป็นภูเขา ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนด้วยการนวด

4. จากสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองระดับโลก ทำให้นักท่องเที่ยว หันมานิยมท่องเที่ยวในแถบเอเชียมากขึ้น และการเปิดประเทศของไทยด้านเศรษฐกิจกับประเทศกลุ่มภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) ทำให้เชียงใหม่ กลายเป็นเมืองด่าน ประตูการค้าชายแดน ก่อให้เกิด การขยายตัวทางเศรษฐกิจ

5.ด้านความพร้อมด้านแหล่งให้ความรู้และการศึกษา ซึ่งมีสถาบันการศึกษาระดับ มหาวิทยาลัยอย่างน้อย 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่มีหลักสูตรด้านการให้บริการด้านสุขภาพ และมีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถสร้างบุคลากร ที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้ นอกจากนี้ ยังมีโรงเรียนประเภทสถานบริบาล ไม่น้อยกว่า 3 แห่ง ใน เขตอำเภอเมือง และมีโรงเรียนสอนนวดที่ได้รับมาตรฐานหลักสูตร เป็นสอนจำนวนมาก จึงทำให้ จังหวัดเชียงใหม่ มีพนักงานที่มีความรู้พื้นฐานที่ดี

อุปสรรคของธุรกิจสปา

1. โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ น้ำ ไฟฟ้า ถนนหรือเส้นทางการคมนาคม ที่ยังไม่สมบูรณ์ การไหลเข้าของนักท่องเที่ยว มี 2 ทางคือ ทางถนน และทางเครื่องบิน โดยที่ทางถนน เส้นทางการเดินทาง ค่อนข้างแคบ และจำนวนของรถโดยสารประจำทางมีน้อย และการให้บริการยังไม่ดีเท่าที่ควร และทาง เครื่องบินนั้น มีสายการบิน 3 รายประกอบด้วย การบินไทย จำนวน 4 เที่ยวบินต่อวัน สายการบิน ต้นทุนต่ำ ได้แก่ Air Asia (www.airasia.com) จำนวน 2 เที่ยวบินต่อวัน และ สายการบิน Orient Thai (www.fly12go.com) จำนวน 1 เที่ยวบินต่อวัน ทำให้เกิดลักษณะคอขวด (Bottle neck) ใน ขาเข้า

การที่สถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ห่างออกจากตัวเมือง ทำให้การเข้าถึงเป็นไป ค่อนข้างลำบาก แต่ผู้ประกอบการบางรายมองว่า การเข้าถึงลำบากเป็นการเสนอเจตนาธรรมที่ แน่วแน่ และเป็นการแบ่งระดับอำนาจการซื้อขายหรือประเภทนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง ชัดเจน ซึ่งเหมาะกับสปาขนาดใหญ่

2. เนื่องจากตลาดธุรกิจสปา เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Niche market) ดังนั้น การทำ การตลาด จึงมีความยาก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องสร้างเมนูสปาให้สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า

3. สปารายใหม่ (News comers) เข้าสู่ธุรกิจนี้ได้ยาก เนื่องจากต้นทุนสูง ได้แก่ ต้นทุน บุคลากรที่ต้องมีความรู้และประสบการณ์ ต้นทุนด้านอุปกรณ์ สิ่งก่อสร้าง สถานที่ สาธารณูปโภค โภคต่างๆ และการบำรุงรักษา ที่ต้องการมาตรฐาน สะอาดและรักษาคุณภาพและดำเนินงานอย่าง สม่าเสมอ นอกจากนี้ยังต้องลงทุนด้านการตลาดอย่างสูง เพื่อดึงลูกค้ารายใหม่ ซึ่งหากเป็น

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากต้องมีผู้จัดการสปาที่ต้องมีความสามารถด้านภาษาแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีกับผลิตภัณฑ์สปาขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงอยู่แล้ว ดังนั้น การสร้างตราสินค้าใหม่ จะต้องแข่งขันกับสปาประเภทที่เป็นสาขาย่อยแล้ว ยังต้องแข่งขันกับสปา เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอนด้วย

จุดแข็งของธุรกิจสปา

1. ชื่อเสียงการให้บริการสปาของภูเก็ตสปา ที่ได้รับการจัดอันดับว่าเป็นสปาได้รับความนิยมที่ดีที่สุดในประเทศไทยแห่งหนึ่ง ซึ่งกลายเป็นค่านิยมว่า หากได้เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ควรได้รับประสบการณ์สปา จึงเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการสปาในสถานที่อื่นๆ ด้วย
2. ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดังนั้น การสร้างประสบการณ์สปา จากสภาพแวดล้อมจึงเป็นจุดขายที่สำคัญ
3. รูปแบบการให้บริการแบบล้านนา เป็นที่ได้รับความนิยม สืบเนื่องจากการคัดเลือกพนักงาน ที่ต้องการคนท้องถิ่นมากกว่าคนที่มาจากกรุงเทพฯ หรือภาคอื่นๆ
4. จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่และลักษณะภูมิอากาศที่สามารถปลูกสมุนไพรตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศจีน พม่าและลาว ทำให้สามารถนำเข้าสมุนไพรได้ง่าย

จุดอ่อนของธุรกิจสปา

1. จำนวนของผู้ให้บริการสปา ยังมีไม่มากเมื่อเทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน อีกทั้งยังไม่มีหลากหลายของรูปแบบการให้บริการ
2. ผู้ให้บริการสปาขนาดเล็ก และประเภท Hotel/resort spa ส่วนมากเป็นรายใหม่ การดำเนินงานอยู่ระหว่างการแนะนำตัวเอง สร้างการบริการด้านคุณภาพ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสปา
3. การดำเนินงานของผู้ประกอบการสปา ยังเป็นแบบ stand alone ยังขาดการร่วมมืออย่างเป็นทางการ ระหว่างผู้ประกอบการสปา และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับองค์ประกอบของสปา อาทิ ผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สปา ฝ่ายสนับสนุนระบบเช่น การสร้างฐานข้อมูล การเก็บข้อมูลของลูกค้า

4. ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ที่ไม่สามารถแยกความแตกต่างหรือไม่เข้าใจ ระหว่างการรับบริการสปา และการนวดไทย ทำให้การกล่าวถึงสปายังไม่ชัดเจนและมีความคลาดเคลื่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่า สปาไทยคือ การนวดไทย

5. ถึงแม้ว่ามีสถาบันที่ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ แต่ผู้เชี่ยวชาญด้านสปา ภายในจังหวัดมีจำนวนน้อย ดังนั้น การให้ความรู้ต่างๆ ต้องเดินทางไปอบรม หรือต้องมีค่าใช้จ่ายสูง

6. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา จำพวกอุปกรณ์ตกแต่ง ที่ไม่มีแหล่งวัตถุดิบ หรือหาได้ยาก ซึ่งที่จังหวัดเชียงใหม่หาได้ง่ายกว่า

4.1.3 ปัญหาที่พบในกลุ่มธุรกิจสปา จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านการดำเนินการที่พบได้เด่นชัดคือ

1. ปัญหาด้านบุคคลากร

1.1 ปัญหาการขาดแคลนนักบำบัด

ถึงแม้ว่า กรมฝีมือแรงงานจะสามารถผลิตนักบำบัด และหมอนวด ในระดับความรู้เบื้องต้น และหน่วยธุรกิจสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ได้ส่งเสริมผู้ที่มีความรู้และสนใจในระดับความรู้ขั้นกลางหรือสูงนั้น แต่แรงงานบางส่วนได้ออกไปทำงานนอกเขตจังหวัดเชียงราย โดยเข้าไปทำงานที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ หรือต่างประเทศบ้างเนื่องจากมีอัตราค่าตอบแทนที่สูงกว่า ทำให้แรงงานที่มีอยู่ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ

1.2 ความสามารถด้านการภาษาเพื่อการสื่อสาร ซึ่งในสถานบริการแห่งหนึ่ง มีผู้ที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษ เฉพาะผู้จัดการสปาเท่านั้น

1.3 ด้านเครือข่ายเพื่อพัฒนาธุรกิจสปา ซึ่งยังไม่สามารถสื่อสาร การให้ข้อมูลเพียงพอ และทันเวลา

2. ด้านการบริหารงาน

2.1 การดำเนินธุรกิจสปา มีการนวดเป็นกิจกรรมหลัก ดังนั้นจึงมีความยาก ในการสร้างความแตกต่าง กับธุรกิจนวด อบสมุนไพร ทำให้ภาพลักษณ์หรือการกำหนดตำแหน่งธุรกิจไม่ชัดเจน ส่งผลต่อการวางแผนด้านการตลาด การระบุลูกค้าเป้าหมาย หรือการสร้างลูกค้าใหม่

2.2 ผู้ประกอบการยังไม่สามารถรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ เนื่องจากผู้ประกอบการสปาเชียงรายส่วนใหญ่ เป็นรายใหม่ ดังนั้นยังอยู่ระหว่างการจัดตั้ง

2.3 ผู้ประกอบการบางรายยังมีความวิตกกังวลกับขั้นตอนการขออนุญาตไปรับรองมาตรฐาน และบางราย ไม่เห็นความจำเป็นของการขอใบอนุญาต เนื่องจากขนาดของการให้บริการที่แตกต่างกัน อีกทั้งปัจจุบัน ยังการทำการตลาดเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานสพายังไม่เป็นที่แพร่หลาย

4.2 ผลการศึกษาจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

4.2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

จากแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถแสดงข้อมูลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ข้อเดียว จึงได้ร้อยละดังนี้

การรับบริการสปา ส่วนใหญ่เคยใช้บริการสปาภายในประเทศมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และไม่เคยใช้บริการสปามาก่อนเลย มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 43.7

การรับบริการสปา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการภายในประเทศ	221	55.5
เคยใช้บริการในต่างประเทศ	3	0.8
ไม่เคย	174	43.7
รวม	398	100.0

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 59.1

การรับบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคย	163	40.9
ไม่เคย	236	59.1
รวม	399	100.0

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่

โดยเหตุผลส่วนใหญ่ที่ไม่รับบริการเนื่องจาก

1. ไม่มีเวลา
2. ไม่ทราบข้อมูลสถานบริการสปา จึงไม่ได้เตรียมในแผนการท่องเที่ยว
3. มีความคิดว่า สปา มีราคาแพง
4. ไม่มีความจำเป็น ใช้บริการนวด หรือเสริมสวยทดแทนได้
5. ไม่สนใจ
6. ไม่มั่นใจในคุณภาพของสถานบริการสปา
7. ต้องการพักผ่อนแบบธรรมชาติมากกว่า เนื่องจากสามารถเข้ารับบริการในถิ่นฐาน อาทิ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ตฯ ได้
8. คิดว่าการรับบริการสปาเป็นเรื่องของผู้หญิง

และผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า ได้รับบริการสปาในจังหวัดเชียงราย แสดงให้ทราบว่า ผู้รับบริการ มีความเข้าใจว่า การรับบริการเสริมสวย หรืออบตัวต่างๆ นิยมรับบริการจากร้านเสริมสวย และจำชื่อร้านไม่ได้

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย พบว่า ผู้ที่ยินดีที่จะตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.2 มีอายุส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.6 มีอาชีพพนักงานเอกชนและธุรกิจส่วนตัวซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 33.0 และ 32.2 ตามลำดับ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และมีที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 85.4 รองลงมาคือ มาจากกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 10.6 เนื่องจากคนเชียงรายในต่างอำเภอ หรือคนในจังหวัดรอบๆ นิยมใช้เวลาพักผ่อน ไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวหลักของเชียงราย และมีอุปนิสัยด้านงบประมาณในการรับบริการสปา ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 500 - 1,500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.5

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	103	25.8
- หญิง	297	74.2
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อายุ		
- ต่ำกว่า 15 ปี	1	0.3
- 15 – 20 ปี	24	6.0
- 21 – 25 ปี	74	18.5
- 26 – 30 ปี	54	13.5
- 31 – 35 ปี	97	24.3
- 36 – 40 ปี	55	13.8
- 41 – 45 ปี	50	12.5
- 46 – 50 ปี	25	6.3
- มากกว่า 50 ปี	19	4.8
รวม	399	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	124	32.0
- ปริญญาตรี	223	57.6
- ปริญญาโท หรือสูงกว่า	40	10.3
รวม	387	100.0
อาชีพ		
- รับราชการ	45	12.3
- พนักงานเอกชน	121	33.0
- ธุรกิจส่วนตัว	118	32.2
- พ่อบ้าน แม่บ้าน	62	16.9
- พนักงานมหาวิทยาลัย	3	0.8
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	0.8
- นักศึกษา	13	3.5
- บำนาญ	1	0.3
- นักแสดง	1	0.3
รวม	367	100.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	162	41.3
- 10,001 – 20,000 บาท	125	31.9
- 20,001 – 30,000 บาท	46	11.7
- 30,001 – 40,000 บาท	26	6.6
- 40,001 – 50,000 บาท	18	4.6
- 50,001 – 60,000 บาท	8	2.0
- มากกว่า 60,001 บาท	7	1.8
รวม	392	100.0
ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน		
- ภาคเหนือตอนบน	339	85.4
- ภาคเหนือตอนใต้	4	1.0
- ภาคใต้	3	0.8
- ภาคกลาง ยกเว้น กรุงเทพฯ	7	1.8
- กรุงเทพฯ	42	10.6
- ภาคตะวันออก	1	0.3
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0.3
รวม	397	100.0
อุปนิสัยการใช้จ่ายเพื่อรับบริการสปาต่อครั้ง		
- ต่ำกว่า 500 บาท	50	22.5
- 500 – 1,500 บาท	90	40.5
- 1,501 – 2,500 บาท	40	18.0
- 2,501 – 3,500 บาท	22	9.9
- 3,501 – 4,500 บาท	11	5.0
- มากกว่า 4,501 บาท	9	4.1
รวม	222	100.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตัดสินใจการรับบริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความสำคัญต่อบัจจัยต่างๆ ในการเลือกให้บริการสปาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สปาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือสิ่งเสริมความงาม (ค่าเฉลี่ย 3.63) มากกว่ากระแสนิยม และมีระดับการให้ความสำคัญต่อราคา (ค่าเฉลี่ย 3.79) มากกว่าโปรแกรม เมนูสปา และชื่อเสียงของผู้ให้บริการโดยจะเลือกหาสถานบริการการที่ใช้สมุนไพรที่ต้องมีคุณภาพและหาได้ในท้องถิ่น มากกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มียี่ห้อ นอกจากนี้ ยังให้ระดับความสำคัญต่ออุปกรณ์มาตรฐานโรค และการเข้าถึงสถานประกอบการ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับพอใช้ต่อบัจจัยการตัดสินใจการรับบริการสปาจากเป็นกิจกรรมเสริม กระแสนิยม และการได้รับการประชาสัมพันธ์ เช่น การออกนิทรรศการร่วมกับภาครัฐ ดังนั้นจึงสอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างตลาดของสปาที่เป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market)

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลค่า
1) วัตถุประสงค์ของการรับบริการสปา			
1.1 เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด	3.79	0.84	มาก
1.2 เพื่อส่งเสริมความงาม	3.63	0.92	มาก
1.3 เพื่อทำความกระแสนิยม	2.95	1.02	พอใช้
1.4 เพื่อเป็นกิจกรรมเสริม	3.05	1.01	พอใช้
2) โปรแกรม เมนู หรือ รูปแบบการบริการ			
2.1 รูปแบบไทยดั้งเดิม	3.48	0.91	มาก
2.2 รูปแบบประยุกต์ โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์	3.45	0.78	มาก
2.3 การนำเสนอรูปแบบหรือวิธีการบริการแบบใหม่	3.54	0.81	มาก
2.4 ความมีชื่อเสียง กรรมวิธีการหรือ เทคนิคให้บริการ	3.54	0.89	มาก
2.5 ความมีชื่อเสียง ของผู้บริหารสปาและผู้ให้บริการ	3.52	0.91	มาก
3) ผลิตภัณฑ์สปาที่ใช้			
3.1 ชื่อเสียง หรือ มียี่ห้อ	3.36	0.92	พอใช้
3.2 สมุนไพร	3.79	0.80	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ ภายในท้องถิ่น	3.62	0.88	มาก

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลค่า
4) อุปกรณ์สนับสนุน และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71	0.80	มาก
5) ระดับราคาของเมนูที่ให้บริการมีราคาต่ำ ในเลือกใช้บริการ	3.79	0.98	มาก
6) สถานที่ให้บริการ			
6.1 ความสะดวกด้านการคมนาคม ในการเข้าถึงสถานที่	3.77	0.78	มาก
6.2 ระยะทางจากที่พัก	3.65	0.78	มาก
6.3 ขนาดของสถานที่	3.55	0.83	มาก
6.4 ความสวยงาม และการตกแต่งสถานที่ที่ดูที่ระดับ และสภาพแวดล้อม	3.71	0.90	มาก
7) การโฆษณา			
7.1 สื่อนิเทศสารชั้นนำ	3.07	0.98	พอใช้
7.2 ได้รับไปรับรอง หรือใบประกาศจากรัฐบาล	3.60	0.92	มาก
8) กิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่สถานบริการ มีส่วนร่วมใน กิจกรรมของรัฐบาล เช่น การออกนิทรรศการ	3.33	0.94	พอใช้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นด้านการรับบริการสปาในจังหวัดเชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังมากและมากกว่าระดับความพึงพอใจซึ่งอยู่ในระดับพอใจ ในสัดส่วนความคาดหวัง : ความพึงพอใจ คือ 1 : 0.94 ต่อรูปแบบสปาในจังหวัดเชียงราย โดยคาดหวังต่อสปาประเภท Day spa อยู่ในระดับมาก (3.73) และมากกว่าประเภทอื่น ซึ่งสอดคล้องกับความสามารถด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แต่ก็ยังได้รับความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน (3.61) รองลงมาคือ Hotel & Resort Spa และ Club spa ตามลำดับ แต่มีความคาดหวังในระดับพอใช้ต่อสปา Home spa และแบบครบวงจร (Destination spa) (3.34 และ 3.40) ตามลำดับ ซึ่งความพึงพอใจต่อความหลากหลายขอรูปแบบการให้บริการอยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งน้อยกว่าระดับความคาดหวัง ดังนั้น นักลงทุนรายใหม่สามารถใช้เป็นโอกาสในการลงทุนในรูปแบบสปาให้มากขึ้น

รูปแบบการให้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ เน้นการบริการครบวงจรและมีที่พักค้างคืน	3.40	3.31
2. สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa)	3.63	3.59
3. สปาในโรงพยาบาล หรือ สปาทางการแพทย์	3.58	3.30
4. Day Spa	3.73	3.61
5. Club Spa ที่เน้นให้บริการแบบฟิตเนส หรือคลับที่เปิดรับเฉพาะสมาชิก	3.59	3.33
6. สปาที่อยู่ใกล้หรือใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ	3.48	3.21
7. Spa ที่ให้บริการที่บ้าน (Home Delivery)	3.34	2.97
รวม	3.54	3.33

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการสปา โดยส่วนใหญ่ ต้องการได้ประสบการณ์สปาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด (4.01) ในระดับมาก และ มากกว่าเพื่อส่งเสริมความงาม (3.92) ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 4.9 ที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อการให้บริการประเภท Day spa

วัตถุประสงค์การให้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. สปาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด	4.01	3.95
2. สปาเพื่อส่งเสริมความงาม	3.92	3.84

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อการให้บริการตามวัตถุประสงค์

การวัดความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การนวด นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังระดับมาก โดยคาดว่าจะรับบริการการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย (3.69) มากที่สุด รองลงมา นวดแผนไทย (3.61) และนวดเพื่อการกีฬา

นวดหินบำบัดและนวดฝ่าเท้า (3.60) ตามลำดับ โดยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับเดียวกับความคาดหวัง ซึ่งการนวดแบบต่างประเทศได้แก่ จีน ญี่ปุ่น บาหลีและแบบตะวันตก ไม่ได้รับความคาดหวังและพึงพอใจเท่าใด อยู่ในระดับพอใช้ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยววิทยานิยมศาสตร์ของไทย

การให้บริการนวด	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย	3.69	3.73
2. การนวดแผนไทย (Thai Massage)	3.61	3.57
3. การนวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage)	3.60	3.73
4. การนวดแบบตะวันตก (Swedish Massage)	3.25	3.04
5. การนวดแบบจีน หรือ ชิอัตสึ (Shiatsu Massage)	3.17	2.92
6. การนวดแบบบาหลี (Bali or Indosian Massage)	3.12	3.04
7. การนวดแบบญี่ปุ่น (Reiki Massage)	3.26	3.19
8. การนวดแบบกดจุด (Acupressure Massage)	3.07	2.84
9. การนวดแบบอค์นี่ หรือหินบำบัด (La Stones Therapy)	3.60	3.65
10.การนวดแบบขจัดสารพิษ (Lymphatic Drainage)	3.49	3.48
11. การนวดฝ่าเท้า (Reflexology)	3.60	3.39
รวม	3.44	3.37

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการนวดในสปา

รูปแบบบริการคาดหวังมากที่สุดคือแบบการลน้าหนักและกระชับสัดส่วน (3.84) ซึ่งคาดหวังไว้ในระดับมาก รองลงมาคือ การบำรุงผิวกาย (3.81) การใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (3.73) และการบริโภคอาหาร (3.70) มีค่าความคาดหวังในระดับมากตามลำดับ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับบริการสปาจากร้านที่มีกิจกรรมหลักคือเสริมสวย แต่ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ อยู่ในระดับพอใช้ ซึ่งมีสัดส่วนความคาดหวังต่อความพึงพอใจ คือ 1 : 0.87

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. การบำรุงผิวหน้า	3.85	3.65
2. การบำรุงผิวกาย	3.81	3.69
3. การบำรุงผิวมือและผิวเท้า	3.50	3.59
4. วารีบำบัด (Hydro Therapy)	3.37	3.46
5. สูดนธบำบัด (Aroma Therapy)	3.38	3.25
6. การอบสมุนไพร (Herbal Steam)	3.66	3.22
7. การประคบสมุนไพร (Herbal Compress)	3.59	3.78
8. การบำบัดโดยโคลน (Mud Therapy)	3.42	3.55
9. การฝังเข็ม (Acupuncture)	3.09	3.39
10. การฝึกกายบริหาร (Physical Exercise)	3.40	2.75
11. การทำสมาธิ (Meditation)	3.48	3.12
12. การบริโภคอาหารสุขภาพ (Nutrition Therapy)	3.70	3.26
13. การลดน้ำหนักและกระชับสัดส่วน	3.84	3.61
14. การใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ	3.73	3.70
15. การใช้ผลิตภัณฑ์ สปาที่มีชื่อเสียง	3.57	3.57
16. การใช้บริการตามการโฆษณา	3.41	3.30
รวม	3.55	3.06

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อโปรแกรมสปา

3. พนักงาน นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังต่อการให้บริการของพนักงานในด้าน ความรู้และความสามารถในการแนะนำบริการในระดับมาก (3.85) และความพึงพอใจเรื่อง การแต่งกายและบุคลิกของพนักงาน ในระดับมาก (3.73) ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ในการคัดเลือกพนักงาน นิยมให้พนักงานแต่งกายแบบชาวล้านนา โดยสัดส่วนของความคาดหวัง ต่อความพึงพอใจ คือ 1 : 0.94

การให้บริการของพนักงาน	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. พนักงานนวดมีความชำนาญเฉพาะด้าน	3.81	3.41
2. พนักงานมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำ	4.06	3.71
3. การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน	3.99	3.73
4. การมารยาทและการให้บริการของพนักงาน	3.96	3.70
5. ผู้จัดการสปา	4.05	3.72
รวม	3.85	3.63

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อพนักงาน

4. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ นักท่องเที่ยวคาดหวังกับอ่างน้ำวนในระดับมาก (3.71) ซึ่งมากกว่าอุปกรณ์อื่นๆ และความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.81) ซึ่งสอดคล้องกับตารางที่ 4.9 และ 4.16 ที่นักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังในระดับมากกับวัตถุประสงค์ สิ่งอำนวยความสะดวก และนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน (3.70) โดยมีสัดส่วน 1:0.97

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. อ่างน้ำวน	3.71	3.46
2. อ่างน้ำร้อน และ น้ำเย็น	3.39	3.15
3. ห้องอบไอน้ำแบบรวม	3.45	3.29
4. ห้องอบซาวน่าแบบรวม	3.49	3.21
5. ห้องนวดรวม	3.50	3.25
6. ห้องอาบน้ำ	3.43	3.16
7. Locker ส่วนตัว	3.50	3.36
8. ห้องรับแขก สำหรับการพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ	3.54	3.49
9. เติียง และอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ได้มาตรฐาน	3.66	3.49
รวม	3.81	3.70

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานประกอบการมากที่สุด ในระดับมาก (3.92) ซึ่งมากกว่าความดึงดูดใจ (3.73) และความสะดวกในการเดินทาง (3.64) ซึ่งมีในระดับมากเช่นกัน และนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในระดับมากด้วยเช่นกัน โดยมีสัดส่วนโดยความคาดหวังต่อความพึงพอใจของความสะดวก ความสบายและความดึงดูดใจ คือ 1 : 0.96, 1 : 0.97 และ 1 : 0.96

พิจารณาจากยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ (3A)	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการ (Accessibility)		
1.1 ใช้เวลาเดินทาง ไม่เกิน 30 นาที จากที่พัก	3.68	3.56
1.2 ไม่ต้องการเดินทาง โดยใช้บริการ ณ ที่พัก	3.53	3.33
1.3 มีระบบคมนาคมที่เอื้อหนุน สามารถเข้าถึงสถานบริการได้	3.71	3.55
รวม	3.64	3.48
2. ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (Amenity)		
2.1 ความทันสมัย	3.86	3.85
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	3.94	3.78
2.3 ความสะอาดและความปลอดภัยของอุปกรณ์	3.98	3.78
รวม	3.92	3.80
3. ความดึงดูดใจ (Attraction)		
3.1 ความสวยงามของสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ	3.75	3.64
3.2 แนวคิดและการจัดสถานที่ (Concept)	3.75	3.59
3.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมชาวล้านนา	3.72	3.56
3.4 ชื่อเสียงและบุคลากรของสถานประกอบการ	3.71	3.47
รวม	3.73	3.57

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ

นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยพิจารณามาตรฐานการให้บริการในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังในด้านการได้รับคำแนะนำจากผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ (4.08) และด้านความปลอดภัย (4.04) มากกว่าสิ่งอื่นๆ ถึงแม้ว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจจะมีค่าน้อยกว่า แต่ยังคงอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยมีสัดส่วนของความคาดหวังต่อความพึงพอใจในด้านสถานที่ ผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการ และความปลอดภัยคือ 1:0.96, 1:0.926, 1: 0.914 และ 1: 0.916

มาตรฐานการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. ด้านสถานประกอบการ		
1.1 การจัดพื้นที่การใช้สอย	3.58	3.51
1.2 การจัดแสง และระบบการระบายอากาศ	3.58	3.32
1.3 ระบบการจัดการด้านความสะอาด	3.83	3.66
1.4 สิ่งปลูกสร้างถาวรที่ดูมั่นคง ไม่ชำรุด และสะอาด	3.87	3.75
1.5 การตกแต่งที่เหมาะสม	3.72	3.50
รวม	3.71	3.55
2. ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา		
2.1 คุณภาพของน้ำมัน หรือครีมต่างๆ	3.97	3.66
2.2 อุปกรณ์ ได้แก่ เตียงนวด ได้มาตรฐาน	3.91	3.65
รวม	3.94	3.65
3. ด้านผู้ให้บริการ		
3.1 ด้านความรู้ และชำนาญ	4.07	3.71
3.2 ด้านศีลธรรมและจรรยาบรรณ	4.08	3.74
รวม	4.08	3.73
4. ด้านความปลอดภัย		
4.1 มีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายชัดเจน ไม่คลุมเครือ	4.02	3.69
4.2 ผ้า อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย	4.03	3.70
4.3 ระบบการทำความสะอาดน้ำมีความปลอดภัยจากเชื้อโรค	4.02	3.70
4.4 ระบบการป้องกันความปลอดภัย	4.07	3.70
รวม	4.04	3.70

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อมาตรฐานสปาเชียงราย

4.2.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จากแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 10 จำนวน 100 ราย สามารถแสดงข้อมูลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ข้อเดียว จึงได้ร้อยละดังนี้

การรับบริการสปา ส่วนใหญ่เคยใช้บริการสปาภายในประเทศมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเคยใช้บริการในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 27.0 และไม่เคยใช้บริการสปามาก่อนเลย มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 21.0 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้รับบริการครั้งแรกในประเทศไทย

การรับบริการสปา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการภายในประเทศ	52	52.0
เคยใช้บริการในต่างประเทศ	27	27.0
ไม่เคย	21	21.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยรับบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 56.0

การรับบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคย	44	44.0
ไม่เคย	56	56.0
รวม	100	100.0

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของการรับบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่

โดยเหตุผลส่วนใหญ่ที่ไม่รับบริการเนื่องจาก

1. การไม่ได้รับทราบข่าวสาร ข้อมูลเรื่องสปา
2. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

3. ไม่มีเวลาสำหรับทำสปา เนื่องจากส่วนมากจะมากับคณะทัวร์ หรือซื้อแพคเกจของโรงแรม ซึ่งไม่มีสปาให้บริการ
4. ไม่มั่นใจ หรือไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างนวดไทย และสปาได้
5. นักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการ Medical spa ต้องการจะใช้ที่โรงพยาบาลและต้องการอยู่ในความดูแลของแพทย์เท่านั้น

ซึ่งตารางที่ 4.18 และ 4.19 มีความสอดคล้องกันที่ว่า นักท่องเที่ยวมั่นใจหรือเลือกที่จะได้รับบริการสปาจากกรุงเทพฯ มากกว่าอาจเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวมีเวลา ได้รับข้อมูลมากกว่า

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 100 ราย พบว่า ผู้ที่ยินดีที่จะตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีอายุส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.0 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะมีอายุเฉลี่ยมากกว่าชาวไทย มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.4 มีอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 41.2 มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และส่วนใหญ่เป็นชาวอเมริกัน คิดเป็นร้อยละ 66.3 มีที่พักอาศัยอยู่ในภาคเหนือตอนบน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ มาจากกรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 40.2 และมีอุปนิสัยด้านงบประมาณในการรับบริการสปา ส่วนใหญ่มากกว่า 4,501 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.5 ซึ่งอาจมาจากการมีรายได้ค่อนข้างสูง และการให้บริการในประเทศไทยเมื่อเทียบกับต่างประเทศนั้น มีราคาถูกกว่า

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	35	35.0
- หญิง	65	65.0
รวม	100	100.0
อายุ		
- ต่ำกว่า 15 ปี	2	2.0
- 15 - 20 ปี	7	7.0
- 21 – 25 ปี	9	9.0
- 26 - 30 ปี	15	15.0
- 31 – 35 ปี	17	17.0
- 36 - 40 ปี	16	16.0

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
- 41 – 45 ปี	9	9.0
- 46 - 50 ปี	11	11.0
- มากกว่า 50 ปี	14	14.0
รวม	100	100.0
ระดับการศึกษาสูงสุด		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	21.9
- ปริญญาตรี	58	60.4
- ปริญญาโท หรือสูงกว่า	17	17.7
รวม	96	100.0
อาชีพ		
- รับราชการ	8	8.2
- พนักงานเอกชน	40	41.2
- ธุรกิจส่วนตัว	14	14.4
- พ่อบ้าน แม่บ้าน	3	3.1
- อื่นๆ (ไม่ตอบ)	12	12.4
- นักศึกษา	10	10.3
- พยาบาล	1	1.0
- บำนาญ	8	8.2
- นักกีฬา	1	1.0
รวม	97	100.0
รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	7.9
- 10,001 – 20,000 บาท	9	11.8
- 20,001 – 30,000 บาท	9	11.8
- 30,001 – 40,000 บาท	19	25.0
- 40,001 – 50,000 บาท	5	6.6

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน (ต่อ)		
- 50,001 – 60,000 บาท	6	7.9
- 60,001 – 70,000 บาท	5	6.6
- 70,001 – 80,000 บาท	8	10.5
- มากกว่า 80,001 บาท	9	11.8
รวม	76	100.0
ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน		
- ภาคเหนือตอนบน	41	42.3
- ภาคเหนือตอนใต้	1	1.0
- ภาคใต้	1	1.0
- ภาคกลาง ยกเว้น กรุงเทพฯ	8	8.2
- กรุงเทพฯ	39	40.2
- ภาคตะวันตก	7	7.2
รวม	97	100.0
ภูมิลำเนาในต่างประเทศ	7	8.4
- อเมริกา	55	66.3
- ยุโรป	14	16.9
- เอเชีย	1	1.2
- ตะวันออกกลาง	5	6.0
- ออสเตรเลีย	1	1.2
รวม	83	100.0
อุปนิสัยการใช้จ่ายเพื่อรับบริการสปาต่อครั้ง		
- ต่ำกว่า 500 บาท	3	3.8
- 500 – 1,500 บาท	10	12.5
- 1,501 – 2,500 บาท	10	12.5
- 2,501 – 3,500 บาท	11	13.8

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ราย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
- 3,501 – 4,500 บาท	12	15.0
- มากกว่า 4,501 บาท	34	42.5
รวม	80	100.0

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตัดสินใจการรับบริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความสำคัญต่อบัจจัยต่างๆ ในการเลือกให้บริการสปา โดยพบว่า ปัจจัยที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือขนาดของสถานที่ (4.06) รองลงมาคือ การได้การรับรองจากรัฐบาล และการมีอุปกรณ์สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก (3.83) และ การมีส่วนร่วมกับการประชาสัมพันธ์กับภาครัฐ และราคาเมนู (3.78) ตามลำดับซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยชาวต่างชาติ นิยมรูปแบบการให้บริการแบบไทยเดิม และเลือกจะใช้สมุนไพรมากกว่าผลิตภัณฑ์สปาที่มียี่ห่อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลค่า
1) วัตถุประสงค์ของการรับบริการสปา			
1.1 เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด	3.55	1.23	มาก
1.2 เพื่อส่งเสริมความงาม	3.16	1.26	พอใช้
1.3 เพื่อทำความกระแส ความนิยม	2.65	1.27	พอใช้
1.4 เพื่อเป็นกิจกรรมเสริม	3.02	1.23	พอใช้
2) โปรแกรม เมนู หรือ รูปแบบการบริการ			
2.1 รูปแบบไทยดั้งเดิม	3.69	1.21	มาก
2.2 รูปแบบประยุกต์ โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์	3.07	1.16	พอใช้
2.3 การนำเสนอรูปแบบหรือวิธีการบริการแบบใหม่	3.26	1.21	พอใช้
2.4 ความมีชื่อเสียง กรรมวิธีการหรือ เทคนิคให้บริการ	3.41	1.18	มาก
2.5 ความมีชื่อเสียง ของผู้บริหารสปาและผู้ให้บริการ	3.33	1.24	พอใช้
3) ผลิตภัณฑ์สปาที่ใช้			
3.1 ชื่อเสียง หรือ มียี่ห้อ	3.27	1.33	พอใช้
3.2 สมุนไพร	3.75	1.16	มาก
3.3 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ ภายในท้องถิ่น	3.43	1.20	มาก

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อบัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลค่า
4) อุปกรณ์สนับสนุน และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.83	0.92	มาก
5) ระดับราคาของเมนูที่ให้บริการมีราคาต่ำ ในเลือกใช้บริการ	3.78	0.96	มาก
6) สถานที่ให้บริการ			
6.1 ความสะดวกด้านการคมนาคม ในการเข้าถึงสถานที่	3.60	1.06	มาก
6.2 ระยะทางจากที่พัก	3.11	1.20	พอใช้
6.3 ขนาดของสถานที่	4.06	0.99	มาก
6.4 ความสวยงาม และการตกแต่งสถานที่ที่ดูที่ระดับ และสภาพแวดล้อม	2.85	1.34	พอใช้
7) การโฆษณา			
7.1 สื่อนิยสารชั้นนำ	3.21	0.85	พอใช้
7.2 ได้รับใบรับรอง หรือใบประกาศจากรัฐบาล	3.83	0.92	มาก
8) กิจกรรมส่งเสริมการขาย ได้แก่สถานบริการ มีส่วนร่วมใน กิจกรรมของรัฐบาล เช่น การออกนิทรรศการ	3.78	0.96	มาก

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดเห็นด้านการรับบริการสปาในจังหวัดเชียงราย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบสปาในจังหวัดเชียงรายมากกว่าระดับความคาดหวัง โดยสัดส่วนความคาดหวังต่อความพึงพอใจคือ 1 ; 1.05 โดยนักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับบริการแบบ สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa) (3.80) และรองลงมาคือ สปาในโรงพยาบาล หรือ สปาทางการแพทย์ (3.70) และได้รับความพึงพอใจระดับมากเช่นกัน (4.30 และ 4.00 สำหรับ Destination spa) ซึ่งชาวต่างชาติมีความต้องการที่แตกต่างจากชาวไทย

รูปแบบการให้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ เน้นการบริการครบวงจรและมีที่พักค้างคืน	3.52	4.00
2. สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa)	3.80	4.30
3. สปาในโรงพยาบาล หรือ สปาทางการแพทย์	3.70	3.51
4. Day Spa	3.66	3.90
5. Club Spa ที่เน้นให้บริการแบบฟิตเนส หรือคลับที่เปิดรับเฉพาะสมาชิก	3.57	3.94
6. สปาที่อยู่ใกล้หรือใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ	3.53	3.19
7. Spa ที่ให้บริการที่บ้าน (Home Delivery)	3.42	3.64
รวม	3.60	3.79

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการสปา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก ต่อการใช้บริการสปา เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัดมากกว่าเพื่อส่งเสริมความงาม ในสัดส่วน 1 : 0.93 เช่นเดียวกันชาวไทย

วัตถุประสงค์การให้บริการสปา	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. สปาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด	3.89	3.91
2. สปาเพื่อส่งเสริมความงาม	3.69	3.15
รวม	3.79	3.53

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อการให้บริการตามวัตถุประสงค์

การวัดความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การนวด นักท่องเที่ยวคาดหวังในระดับมาก (4.11) โดยมีค่าเฉลี่ยต่อการบริการนวดแผนไทย (4.02) นวดเพื่อการกีฬา (3.98) นวดด้วยน้ำมันหอมระเหย (3.75) และนวดด้วยหินบำบัด(3.68) มากตามลำดับ และพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งการนวดแบบจีน ญี่ปุ่น

บาหลีและแบบตะวันตก ไม่ได้ได้รับความนิยมเช่นเดียวกับคนไทย นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยววิทยานิพนธ์ของไทย ดังแสดงในตารางที่ 4.12 โดยมีสัดส่วนความคาดหวังต่อความพึงพอใจ คือ 1 : 1.07

การนวด	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย	3.75	4.36
2. การนวดแผนไทย (Thai Massage)	4.02	4.19
3. การนวดแผนเพื่อการกีฬา (Sport Massage)	3.98	4.53
4. การนวดแบบตะวันตก (Swedish Massage)	3.21	2.94
5. การนวดแบบจีน หรือ ชิอัตสึ (Shiatsu Massage)	2.91	2.45
6. การนวดแบบบาหลี (Bali or Indosian Massage)	3.04	2.82
7. การนวดแบบญี่ปุ่น (Reiki Massage)	3.27	3.23
8. การนวดแบบกดจุด (Acupressure Massage)	2.80	2.30
9. การนวดแบบอัคนี หรือหินบำบัด (La Stones Therapy)	3.68	4.00
10. การนวดแบบขจัดสารพิษ (Lymphatic Drainage)	2.86	2.80
11. การนวดฝ่าเท้า (Reflexology)	2.85	2.64
รวม	4.11	4.38

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการนวดในสปา

2. เมนูสปา นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการมากกว่าความคาดหวัง โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง และใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และการประคบหรืออบสมุนไพร ที่เกินค่าเฉลี่ยความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. การบำรุงผิวหน้า	3.69	4.17
2. การบำรุงผิวกาย	4.02	3.97
3. การบำรุงผิวมือและผิวเท้า	3.85	4.21
4. วารีบำบัด (Hydro Therapy)	3.33	3.48
5. สูดกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy)	3.11	3.79

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อโปรแกรมสปา

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
6. การอบสมุนไพร (Herbal Stream)	3.54	4.34
7. การประคบสมุนไพร (Herbal Compress)	3.45	4.18
8. การบำบัดโดยโคลน (Mud Therapy)	3.40	3.93
9. การฝังเข็ม (Acupuncture)	3.05	2.93
10. การฝึกกายบริหาร (Physical Exercise)	3.05	2.77
11. การทำสมาธิ (Meditation)	2.78	2.55
12. การบริโภคอาหารสุขภาพ (Nutrition Therapy)	3.16	3.21
13. การลดน้ำหนักและกระชับสัดส่วน	3.37	4.00
14. การใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ	3.69	4.24
15. การใช้ผลิตภัณฑ์ สปาที่มีชื่อเสียง	3.45	4.36
16. การใช้บริการตามการโฆษณา	3.84	4.20
รวม	3.42	3.77

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อโปรแกรมสปา (ต่อ)

3. พนักงาน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงาน ที่เห็นว่าผู้จัดการสปาและพนักงานมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำได้ ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (4.27 และ 4.23) โดยมีสัดส่วนความคาดหวังต่อความพึงพอใจคือ 1 : 1.03

การให้บริการของพนักงาน	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. พนักงานนวดมีความชำนาญเฉพาะด้าน	4.06	4.12
2. พนักงานมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำ	4.03	4.23
3. การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน	3.95	4.15
4. การมารยาทและการให้บริการของพนักงาน	4.20	4.17
5. ผู้จัดการสปา	4.05	4.27
รวม	4.06	4.19

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อพนักงาน

4. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (4.17) และมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าความคาดหวัง (3.78) ซึ่งอยู่ในระดับมากเช่นกัน

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. อ่างน้ำวน	3.89	3.96
2. อ่างน้ำร้อน และ น้ำเย็น	3.71	3.70
3. ห้องอบไอน้ำแบบรวม	3.80	3.89
4. ห้องอบซาวน่าแบบรวม	3.43	4.14
5. ห้องนวดรวม	4.12	4.18
6. ห้องอาบน้ำ	3.97	3.81
7. Locker ส่วนตัว	4.00	4.29
8. ห้องรับแขก สำหรับการพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ	3.87	4.14
9. เตียง และอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ได้มาตรฐาน	3.53	3.90
รวม	3.78	4.17

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา

นักท่องเที่ยวที่ได้ใช้บริการสปา มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (4.32) ความดึงดูดใจ (4.26) และด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการอยู่ในระดับมากที่สุด (4.24)

พิจารณาจากยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ (3A)	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการ (Accessibility)		
1.1 ใช้เวลาเดินทาง ไม่เกิน 30 นาที จากที่พัก	4.00	4.19
1.2 ไม่ต้องการเดินทาง โดยใช้บริการ ณ ที่พัก	3.77	4.26
1.3 มีระบบคมนาคมที่เอื้อหนุน สามารถเข้าถึงสถานบริการได้	3.93	4.28
รวม	3.90	4.24

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ

พิจารณาจากยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ (3A)	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
2. ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (Amenity)		
2.1 ความทันสมัย	4.07	4.33
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	4.30	4.23
2.3 ความสะอาดและความปลอดภัยของอุปกรณ์	4.45	4.40
รวม	4.27	4.32
3. ความดึงดูดใจ (Attraction)		
3.1 ความสวยงามของสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ	4.09	4.40
3.2 แนวคิดและการจัดสถานที่ (Concept)	3.82	4.16
3.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมชาวล้านนา	4.00	4.30
3.4 ชื่อเสียงและบุคลากรของสถานประกอบการ	4.23	4.16
รวม	4.03	4.26

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อยุทธวิธีการเข้าไปใช้บริการ (ต่อ)

นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยและมีระดับความพึงพอใจของการมีมาตรฐานการให้บริการสปาในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าความคาดหวัง

มาตรฐานการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
1. ด้านสถานประกอบการ		
1.1 การจัดพื้นที่การพักผ่อน	3.51	4.43
1.2 การจัดแสง และระบบการระบายอากาศ	3.66	4.25
1.3 ระบบการจัดการด้านความสะอาด	4.09	4.33
1.4 สิ่งปลูกสร้างถาวรที่ดูมั่นคง ไม่ชำรุด และสะอาด	3.65	4.18
1.5 การตกแต่งที่เหมาะสม	3.67	4.32
รวม	3.72	4.30

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อมาตรฐานสปาเชียงราย

มาตรฐานการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
	คาดหวัง	พึงพอใจ
2. ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา		
2.1 คุณภาพของน้ำมัน หรือครีมต่างๆ	4.27	4.09
2.2 อุปกรณ์ ได้แก่เตียงนวด ได้มาตรฐาน	4.13	4.28
รวม	4.20	4.19
3. ด้านผู้ให้บริการ		
3.1 ด้านความรู้ และชำนาญ	4.25	4.20
3.2 ด้านศีลธรรมและจรรยาบรรณ	3.97	4.31
รวม	4.11	4.25
4. ด้านความปลอดภัย		
4.1 มีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายชัดเจน ไม่คลุมเครือ	4.05	4.10
4.2 ผ้า อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย	4.47	4.16
4.3 ระบบการทำความสะอาดน้ำต่างๆ มีความปลอดภัยจากเชื้อโรค	4.41	4.04
4.4 ระบบการป้องกันความปลอดภัย	4.42	4.21
รวม	4.34	4.13

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและพึงพอใจต่อมาตรฐานสปาเชิงรวม (ต่อ)

บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาโครงการศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อการแข่งขันในระดับสากล และทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจ สปาในจังหวัดเชียงราย โดยมีคำถามงานวิจัยดังนี้

1. ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร
2. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่อย่างไร
3. นักท่องเที่ยวมองบริการธุรกิจสปาเป็นอยู่อย่างไร และอยากได้อะไร
4. ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

5.1 ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

ศักยภาพของธุรกิจสปาในเชียงราย โดยสามารถจัดประเด็นได้ดังนี้

ด้านผู้ให้บริการ (Supply side)

1. จำนวนผู้ให้บริการซึ่งมีจำนวนน้อย และมีความแตกต่างอย่างชัดเจน ด้านรูปแบบ การวัตถุประสงค์การให้บริการนั้น จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานแล้วนั้นยังมีจำนวนน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน แต่ส่วนมาก โรงแรมและรีสอร์ทหรือผู้ประกอบการอาบ อบ นวด นวดสมุนไพร ได้มีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ และนำองค์ประกอบของสปาเข้าประยุกต์ และอาจกลายเป็นสปาขนาดย่อม รูปแบบใหม่ได้

2. พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะจ้างคนท้องถิ่นซึ่งต้องการคนที่มีกิริยาสุภาพ และต้องสามารถพูดภาษาท้องถิ่น และมีความสามารถด้านภาษาอังกฤษได้บ้าง ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีจำนวนสถาบันการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษาและเตรียมอุดมศึกษาที่สามารถผลิตฝีมือแรงงานระดับพื้นฐานได้เพียงพอ แต่ขาดฝีมือแรงงานระดับสูง ซึ่งปัจจุบัน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด ที่จะจัดอบรมทั้งในและนอกจังหวัด ทำให้ต้องลงทุนด้านการศึกษาและค่าเดินทาง ทำให้ต้นทุนเริ่มต้นค่อนข้างสูง

3. ผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าของ หรือผู้จัดการสปาในจังหวัดเชียงราย มีความสนใจ ตั้งใจในการให้บริการสปาและตอบรับการเข้าระบบใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการสปา ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการพัฒนาเพื่อเข้าร่วมโครงการ

ฝ่ายสนับสนุน (Support side)

1. การที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจนเพื่อเป็นศูนย์กลางสุขภาพเอเชีย และเป็นเมืองหลวงของสปป.ลาว โดยมีการกระจายเพื่อหาจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงได้รับการสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆอยู่เสมอ

2. ด้านการจัดการและพัฒนาบุคคลกร จังหวัดเชียงรามีสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา จำนวน 2 แห่ง ที่มีนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ อีกทั้งได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งมี 2 แห่งคือในเขตอำเภอเมืองและศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานระดับนานาชาติ ที่อำเภอเชียงแสน และสำนักงานสาธารณสุข ซึ่งพร้อมจะให้ความรู้ แก่ผู้ให้บริการ

3. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เชียงรายเป็นเมืองที่มีทรัพยากรธรรมชาติสมบูรณ์ อีกทั้งยังได้มีการสนับสนุนเรื่องชา มีภูเขา และแม่น้ำโขงที่เป็นแม่น้ำสายหลักและนานาชาติ มีประวัติศาสตร์และเป็นเมืองวัฒนธรรม มีวัด และสถานธรรมจำนวนมาก ซึ่งล้วนแต่เป็นการท่องเที่ยวที่บำบัดด้านจิตใจเป็นอย่างดี

4. โครงการและกิจกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ซึ่งเชียงรากำลังพัฒนาสู่การเป็นฮับการคมนาคมเพื่อเป็นประตูสู่กลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) ด้านการประปา ซึ่งเชียงรามีน้ำใช้ตลอดทั้งปี ซึ่งสามารถหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ

และจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวด้านความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การให้บริการรวดเร็ว
2. การให้บริการเพื่อสุขภาพ
3. การให้บริการของพนักงาน
4. สิ่งอำนวยความสะดวก
5. วิธีการเข้าไปใช้บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการ ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และความดึงดูดใจ

พบว่า การให้บริการของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้รับบริการชาวไทยมีความรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความรู้สึกพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง

แสดงให้เห็นว่า ลักษณะการให้บริการในแต่ละประเทศ มีลักษณะที่แตกต่างกัน และสนับสนุนบทความที่ว่า ประเทศไทยมีลักษณะสปาที่เป็นที่นิยมของคนทั่วไป

ความพร้อมของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงราย เมื่อพิจารณาการจัดการภายใน หน่วยธุรกิจสปาจากลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) ส่วนใหญ่พบว่า

1. การจัดซื้ออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สปาต่างๆ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากจังหวัดอื่นได้แก่ กรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่ ซึ่งมีราคาสูงกว่าและมีหลากหลายมากกว่า
2. เนื่องจากสถานที่แต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน และการคมนาคมสาธารณะยังไม่สะดวก แต่บริษัทนำเที่ยวและให้บริการรถเช่ามีจำนวนมาก ดังนั้นหากมีการร่วมมือในลักษณะแบ่งทรัพยากรร่วมกันจะช่วยเอื้ออำนวยประโยชน์

5.2 ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่อย่างไร

จากจำนวนผู้ประกอบการสปาจำนวน 21 แห่ง แต่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานบริการ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14 ถือว่าน้อย ซึ่งอาจเนื่องจากเป็นระยะเริ่มต้นของการยื่นขอใบรับรอง ซึ่งหลายๆ แห่งที่เป็นสถานประกอบการขนาดกลางขึ้นไป ยินดีและกำลังดำเนินการเพื่อที่จะได้รับรองมาตรฐาน และมีค่าระดับมาก ในทุกด้านของการพิจารณามาตรฐานสปา ได้แก่ ด้านสถานประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ด้านผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่คนนิยมมาท่องเที่ยว ดังนั้น ส่วนใหญ่เป็นสปาจึงเป็นองค์ประกอบหลักหรือเสริมในโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อเพิ่มคุณค่าของโรงแรมและรีสอร์ทนั้น ที่มีการลงทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการก็พร้อมและยินดีที่จะส่งเสริมบุคลากรและปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานตามที่รัฐบาลจะกำหนด

แต่เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการรับบริการสปามีหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะเวลาการท่องเที่ยว และระดับราคา จึงไม่สามารถที่จะประเมินมาตรฐานสปาที่มีขนาดและรูปแบบแตกต่างกันโดยใช้มาตรฐานกำหนดเดียวกันได้ จึงควรมีการแบ่งและจัดระดับสปา เช่นเดียวกับโรงแรม เพื่อที่นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการสามารถจำแนกถึงคุณภาพ ต้นทุน ราคา ขยาย ในการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย

และจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวด้านความคาดหวังและความพึงพอใจต่อมาตรฐานการให้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังต่อมาตรฐานการให้บริการในประเด็นต่างๆ คือ ด้านสถานประกอบการ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีระดับความพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ในสปา และด้านความปลอดภัย

5.3 นักท่องเที่ยวชมองบริการธุรกิจสปาเป็นอยู่อย่างไร และอยากได้อะไร

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ประกอบการสปาในจังหวัด เชียงรายเกินกว่าระดับความคาดหวัง แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับ ความคาดหวัง แต่โดยรวมแล้วไม่ได้ต่ำกว่า ร้อยละ 80 ถ้าว่าการให้บริการปัจจุบัน ดำเนินการไปได้ ด้วยดี และเนื่องนักท่องเที่ยวยุโรปจะมีอำนาจการซื้อมากกว่านักท่องเที่ยวไทย แต่ ถ้าวัดที่ปริมาณการซื้อ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะมากกว่า คือเน้นราคาแพคเกจที่ต่ำกว่า ซึ่งความ ต้องการที่มีต่อธุรกิจสปา สรุปได้คือ

1. ในการรับบริการนั้น นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด โดย อาศัยหลักการของไทย เช่นการนวดไทย การใช้วิถีของไทย สมุนไพรไทย ดังนั้นธุรกิจสปาจึงควร สร้างรูปแบบไทยล้านนา โดยควบคู่ไปกับรูปแบบการบริการสปา ที่ต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่ครบครัน มีสภาพแวดล้อมที่ดี และมีบุคคลกรที่มีความชำนาญ ซึ่งนักท่องเที่ยวชมองว่า เชียงรายยังขาดสิ่งเหล่านี้ แต่เมื่อได้มาลองใช้บริการแล้ว กลับพบว่านักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจ มาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความไม่สมบูรณ์ด้านการสื่อสาร การใช้ข้อมูล หรือการประชาสัมพันธ์

2. นักท่องเที่ยว ตระหนักถึงความปลอดภัยและได้รับการรับรองเรื่องการทำบริการดังนั้น แนวทางในการจัดทำ คือ การเข้าร่วมโครงการของสำนักงานสาธารณสุข เรื่องมาตรฐานสถาน ประกอบการ ความปลอดภัยในเครื่องมือ และอุปกรณ์หรือกระบวนการที่นำไปให้บริการ ซึ่งทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีการเลือกผลิตภัณฑ์และเลือกรับบริการจากคำแนะนำของพนักงานสปา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรต้องให้ความสำคัญต่อการนำเสนอ โดยยึดหลักจริยธรรม และการทำวิจัยหรือ คัดเลือกกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

5.4 ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย มีการพิจารณาเลือกบริการสปา โดยพิจารณาเรื่องราคาของ รูปแบบให้บริการและต้องการกรรมกรที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อ การบำบัด เป็นลำดับแรก และพิจารณาเรื่องการเดินทาง ความสะดวกในการคมนาคมและการ เข้าถึง และการมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีมาตรฐานหรือได้รับการรับรองจาก ภาครัฐบาล โดยการเลือกรูปแบบการให้บริการพิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบหรือมีวิธีการใหม่ ด้วยเทคนิคหรือวิธีการให้บริการ ซึ่งรูปแบบนี้ สามารถทำได้ง่ายสำหรับ รูปแบบสปาแบบ Day spa

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีการพิจารณาเลือกสปา โดยพิจารณาจากขนาดของสถานประกอบการ เครื่องมืออุปกรณ์ละสิ่งอำนวยความสะดวก และได้มาตรฐานหรือได้รับรองจากรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์การรับบริการสปาเหมือนคนไทย คือเพื่อส่งเสริมส่งเสริมสุขภาพและใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรและรูปแบบเป็นแบบไทย เช่นการนวดไทย ซึ่งรูปแบบนี้ สามารถเข้าข่ายประเภท Resort/ hotel spa

5.5 อธิบายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย เพื่อรองรับการนโยบายรัฐบาล ที่ประกาศนโยบายจะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายใน พ.ศ.2547 – 2551 และเป็นเมืองหลวงของสปาเอเชียภายในปี พ.ศ.2551 นั้น แต่ละจังหวัดจำเป็นต้องสำรวจเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจสปาของตนและต้องศึกษาความต้องการของผู้รับบริการเพื่อจะกำหนดแนวทางในการบริหารและดำเนินการสปา เพื่อรองรับการประชาสัมพันธ์เชิงรับด้านการท่องเที่ยวเชิงสปา และหาแนวทางและกระตุ้นให้ผู้ประกอบธุรกิจสปาดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพ โดยอธิบายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบธุรกิจสปา

ศักยภาพของธุรกิจสปาในเชียงราย โดยสามารถจัดประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านผู้ให้บริการ (Supply side)

1. ด้านผู้ให้บริการ ซึ่งการมีจำนวนผู้ให้บริการซึ่งมีจำนวนน้อย และมีความแตกต่างอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบ การวัตถุประสงค์การให้บริการ

2. พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งนิยมจ้างคนท้องถิ่น ซึ่งมีทักษะด้านภาษาอังกฤษได้ไม่มากนัก แต่จังหวัดเชียงรายมีจำนวนสถาบันการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษาและเตรียมอุดมศึกษาที่สามารถผลิตฝีมือแรงงานระดับพื้นฐานได้เพียงพอแต่ขาดฝีมือแรงงานระดับสูง ซึ่งปัจจุบัน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด ที่จะจัดอบรมทั้งในและนอกจังหวัด ทำให้ต้องลงทุนด้านการศึกษาและค่าเดินทาง ทำให้ต้นทุนเริ่มต้นค่อนข้างสูง

3. ผู้ให้บริการ เจ้าของ หรือผู้จัดการสปาในจังหวัดเชียงราย มีความสนใจ ตั้งใจในการให้บริการสปาและตอบรับการเข้าระบบใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการสปา ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการพัฒนาเพื่อเข้าร่วมโครงการ

2. ฝ่ายสนับสนุน (Support side)

1. การที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ว่าราชการฯ รับมาปฏิบัติ และได้พยายามหาจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ทำให้ผู้ประกอบการจึงได้รับการสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ จากหน่วยงานที่สนับสนุนได้แก่ กองสนับสนุนธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน

2. ด้านการจัดการและพัฒนาบุคคลกร ซึ่งมีสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา จำนวน 2 แห่ง ที่มีนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งมี 2 แห่ง ซึ่งพร้อมจะให้ความรู้ แก่ผู้ให้บริการ

3. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงรอยที่มีทรัพยากรธรรมชาติสมบูรณ์ มีประวัติศาสตร์และเป็นเมืองวัฒนธรรมจำนวนมาก ซึ่งล้วนแต่เป็นการท่องเที่ยวที่บำบัดด้านจิตใจ เป็นอย่างดี

4. โครงการและกิจกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ซึ่งเชียงรายกำลังพัฒนาสู่การเป็นฮับการคมนาคมเพื่อเป็นประตูสู่กลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) ด้านการประปา ซึ่งเชียงรายมีน้ำใช้ตลอดทั้งปี ซึ่งสามารถหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ และจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวด้านความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การให้บริการรวดเร็ว
2. การให้บริการเพื่อสุขภาพ
3. การให้บริการของพนักงาน
4. สิ่งอำนวยความสะดวก
5. วิธีการเข้าไปใช้บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการ ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และความตั้งใจ

พบว่า การให้บริการของผู้ประกอบการ ทำให้ผู้รับบริการชาวไทยมีความรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความรู้สึกพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง

แสดงให้เห็นว่า ลักษณะการให้บริการในแต่ละประเทศ มีลักษณะที่แตกต่างกัน และสนับสนุนบทความที่ว่า ประเทศไทยมีลักษณะสปาที่เป็นที่นิยมของคนทั่วไป ความพร้อมของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงราย เมื่อพิจารณาการจัดการภายในหน่วยธุรกิจสปาจากลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) ส่วนใหญ่พบว่า

1. การจัดซื้ออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สปาต่างๆ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากจังหวัดอื่นได้แก่ กรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่ ซึ่งมีราคาสูงกว่าและมีหลากหลายมากกว่า
2. เนื่องจากสถานที่แต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน และการคมนาคมสาธารณะยังไม่สะดวก แต่บริษัทนำเที่ยวและให้บริการรถเช่ามีจำนวนมาก ดังนั้นหากมีการร่วมมือในลักษณะแบ่งทรัพยากรร่วมกันจะช่วยเอื้ออำนวยประโยชน์

2. ความต้องการด้านสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ประเภทสถานบริการสปาในจังหวัดเชียงราย นิยมเป็นแบบ Resort /hotel Spa ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 6 แห่ง แต่ขณะทำการศึกษามี 1 แห่งปิดชั่วคราว เนื่องจากเป็นช่วง Low season และได้รับใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว 3 แห่ง นอกนั้น อยู่ระหว่างการดำเนินการยื่นขอ ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์ในการรับบริการเพื่อสุขภาพ และเพื่อการบำบัด และใช้วิธีการและผลิตภัณฑ์ของไทย

แต่นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ไม่มากนัก นิยมเลือกให้บริการสปาประเภทเสริมความงามทดแทน

จะเห็นได้ว่าการเตรียมความพร้อมของสปาประกอบการยังไม่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

และจากแบบสอบถามวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ต้องการให้เพิ่มความสำคัญในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์สปา และด้านความปลอดภัย

5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องด้วยการให้บริการสปา มักนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่มีฐานะ และเพื่อการพักผ่อน ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย มีข้อจำกัดเรื่องฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีจำกัดคือช่วงฤดูหนาว ที่จะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ให้มีจำนวนมากเพียงพอต่อการในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งไม่สามารถที่จะสอบถาม ณ สถานบริการ เนื่องจากการรวบรวมความเป็นส่วนตัวและรูปแบบการให้บริการ

2. การให้ความร่วมมือของนักท่องเที่ยวในการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากส่วนมากจะมีแผนกำหนดการอยู่แล้ว จึงไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้

3. การสร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ให้มีความรู้สึกต้องการรับบริการสปา โดยการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของสปาในจังหวัดเชียงรายให้แตกต่างจากที่อื่นๆ และควรพัฒนาให้มีการแบ่งระดับการให้บริการเพื่อการรักษาและสร้างฐานลูกค้าตามลักษณะความต้องการได้

4. ควรสนับสนุน ให้มีการร่วมมือด้านการพัฒนาสมุนไพรไทยในพื้นที่จังหวัดเชียงรายให้มีมาตรฐาน และเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์สปา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการสปา

บรรณานุกรม

การจัดการเชิงกลยุทธ์ : การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน.2548

www.fareastern.ac.th/acad/mk/yaowalak/stm/Ch03.doc

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2548. แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548.

www.tat.or.th/thai/tat_plan.php

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). 2548. เอกสารประกอบการฝึกอบรมของสถาบัน
ฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (สรท.).

<http://tat8.com/thai/activities/textmanage.html>

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ .2548. www.geocities.com/ob_cute

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ .2548. www.mots.go.th/tour_description.htm

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาภาคเหนือ เขต 1,2,3,4.2529 Spa Northern Thailand.

กระทรวงสาธารณสุข และสมาคมอื่นๆ . 2547. คู่มือผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ.

www.moph.go.th

กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์.2548 . www.moph.go.th/ops/spa

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.2547. เปิดยุทธศาสตร์ 4 ปี กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,

ข่าวกระทรวง.www.mots.go.th

กระทรวงต่างประเทศ.2548. ศูนย์บริการธุรกิจ. www.mfa.go.th

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.2548. สปา. www.smeforthais.com/course/spa.pdf

กองประกอบโรคศิลป์.2548. <http://mrd.hss.moph.go.th>

งานพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพและส่งเสริมการส่งออก สำนักเศรษฐกิจสุขภาพ สำนักงานนโยบายและ

ยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข,2545. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทย

เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (พ.ศ.2547 - 2551) ข้อมูลส่งเสริมการค้า การ

ลงทุน และการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดล้านนาเอกสารประกอบการประชุมวิชาการ

เพื่อการประชาสัมพันธ์ และระดมความคิดเห็น โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการ

พัฒนาการท่องเที่ยว เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน.

ชัยยศ สันติวงษ์ และคณะ. 2547. การศึกษาวิจัยต้นแบบ Smart Marketing กลุ่มธุรกิจสปาใน

จังหวัดเชียงใหม่.สถาบันวิชาการนานาชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัยยศ สันติวงษ์ และคณะ.2547. สปา ภูมิปัญญาอารีบำบัด คู่มือแผนธุรกิจ.

เพลินพิศ หมีนพล. 2548. การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์ของเอเชีย.

www2.tat.or.th/tat/e-journal/upload/53/meditour.pdf

ไพบุรณ ปิลันธน์โอภาท. การบริหารจัดการสปา

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล.ช่องทางทำกิน 2548' ด้านใดเด่น ? ด้านใดด้อย?

www.dailynews.co.th/sunday /wway.asp?columnid=7171

นรมิตร ลีวัฒนมงคลผล.2548. การกดจุด(Acupressure).

www.dtam.moph.go.th/alternative/viewstory.php?id=76

ฝ่ายงานวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). 2546. สปา...ธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา.

www.krungsri.com/PDF/ECONOMY/ANALYSIS/july46_03.pdf

ฝ่ายวิจัยและบริการข้อมูล. 2547. เดย์สปา...ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

ฝ่ายวิจัยและบริการข้อมูล. 2547. ธุรกิจขนาดแผนไทย. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

ทรายทอง วรณพิศิษฐ. 2546. การให้บริการลูกค้า.กรมสนับสนุนบริการ สุขภาพ.

www.hss.moph.go.th/

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.2548 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บังอร ฉัตรรุ่งเรือง และคณะ แปลและเรียบเรียง.2547. การบริหารและการจัดการโรงแรม.

เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่าจำกัด, หน้า 259 - 266

ภูมินทร์ วรวรรณ. 2545. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจอาบน้ำแร่ อบไอน้ำ และภูมิปัญญาไทย เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ภูสิต เพ็ญศิริ สปากับสุขภาพ. 2548. www.nanosearch.co.th

มยุรี ทองสงฆ์. 2548. สถานการณ์และแนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย.

กลุ่มพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

www.thaisappaya.com/Q1.html

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคณะ.2547. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วันเฉลิม จันทรากุล. 2546. Spa & Aromatherapy: ธุรกิจน้ำมันหอมระเหยบำบัดเงินล้าน.
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ.2548. Spa Business Concept. www.manager.com
- ศรีสุดา ชัยชนะ. 2546. **กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และประชาชน (ศงป.). 2548
การเขียนแผนธุรกิจ, www.sfac.or.th อ้างอิงใน
www.waddeejja.com/index.php?lay=show&ac=article&id=31319&Ntype=4
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์.2548. **หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ** บทสัมภาษณ์ฉบับ 2033, 7-10
สิงหาคม 2548
- สำนักเจรจาการค้าบริการ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, สาขาสุขภาพและความงาม.2548
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย.2547. **สมุดรายงานสถิติจังหวัด พ.ศ.2547.** สำนักงานสถิติ
แห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.2548. **โครงการวิจัยเรื่องสถานภาพปัจจุบัน
และแนวทางในการพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมไทยและสปาในจังหวัดเชียงใหม่.**
www.ismed.or.th/knowledge/showcontent.php?id=2047
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศูนย์บริการ SME.2548.www.ismed.or.th
- สมาคมผู้ประกอบการสปาไทย.2548. www.tsoa.or.th
- สมาคมสปาไทย.2548. www.thaispaassociation.com/TSPA
- สมาคมสปาล้านนา.2548. www.thailannaspa.com
- สปาไฮเทค.**2548. www.oxygenhotspa.com
- อัมไฟ.** 2547. **วิชาการบริการธุรกิจสปา.**
- Advanstar Communications, Inc. 2548. www.findarticles.com
- American Massage Therapy Association. www.amtamassage.com
- A primedia Company. www.about.com
- Canadian Spa Association. www.spacanada.com
- Free Trade Agreement VS Spa. www.thaifta.com
- Intelligent Spas Pte Ltd, Singapore. www.intelligentspas.com
- ISPA. www.thespaassociation.com

MarketResearch.com. www.marketresearch.com

Spa Management Journal . www.spamanagement.com

The International Spa Association, USA. www.experienceispa.com

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม (สำหรับบุคคลทั่วไป)

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่องานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการรับบริการสปา จ.เชียงราย ของผู้ที่เคยใช้บริการสปา จะได้นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสปาต่อไป

ขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาตอบคำถาม
สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัว กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง โดยตอบเพียงข้อใดหนึ่งคำตอบ

- 1) ท่านเคยใช้บริการสปาหรือไม่
1. เคยใช้บริการภายในประเทศ
2. เคยใช้บริการในต่างประเทศ
3. ไม่เคย
- 2) ท่านเคยใช้บริการสปาในจ. เชียงรายหรือไม่
1. เคย โปรดระบุชื่อสถานบริการ.....
2. ไม่เคย โปรดระบุ เหตุผล.....
- 3) เพศ
1. ชาย
2. หญิง
- 4) อายุ
1. ต่ำกว่า 15 ปี
2. 15 - 20 ปี
3. 21 - 25 ปี
4. 26 - 30 ปี
5. 31 - 35 ปี
6. 36 - 40 ปี
7. 41 - 45 ปี
8. 46 - 50 ปี
9. มากกว่า 50 ปี
- 5) ระดับการศึกษาสูงสุด
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. ปริญญาโทขึ้นไป
- 6) อาชีพ
1. รับราชการ
2. พนักงานเอกชน
3. ธุรกิจส่วนตัว
4. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 7) รายได้ต่อเดือน
1. ต่ำกว่า 10,000 บ.
2. 10,001 – 20,000 บ.
3. 20,001 – 30,000 บ.
4. 30,001 – 40,000 บ.
5. 40,001 – 50,000 บ.
6. 50,001 – 60,000 บ.
7. 60,001 – 70,000 บ.
8. 70,001 – 80,000 บ.
9. มากกว่า 80,001 บ.
- 8) ที่อยู่ปัจจุบัน
1. ภาคเหนือตอนบน
2. ภาคเหนือตอนใต้
- (กรณีที่พักในในประเทศไทย)
3. ภาคใต้
4. ภาคกลาง ยกเว้น กรุงเทพฯ
5. กรุงเทพฯ
6. ภาคตะวันออก
7. ภาคอีสาน
8. ภาคตะวันตก

- 9) ที่อยู่ปัจจุบัน
 (กรณีที่พำนักในต่างประเทศ)
1. อเมริกา 2. ยุโรป 3. เอเชีย
 4. ตะวันออกกลาง 5. แอฟริกา 6. ออสเตรเลีย
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 10) อุปนิสัยการใช้จ่ายเฉลี่ยเพื่อการรับบริการสปาต่อครั้ง
1. ต่ำกว่า 500 บ. 2. 501 – 1,500 บ. 3. 1,501 – 2,500 บ.
 4. 2,501 – 3,500 บ. 5. 3,501 – 4,500 บ. 6. มากกว่า 4,501 บ. ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลด้านการตัดสินใจการรับบริการสปา

กรุณาทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องว่าง โดยตอบเพียงข้อละหนึ่งคำตอบ

โดย ① = น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย, ② = น้อย, ③ = พอใช้ หรือ ปานกลาง, ④ = มาก, และ ⑤ = มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสปา	ระดับความพิจารณา
1) วัตถุประสงค์ของการรับบริการสปา	
1.1 เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด	① ② ③ ④ ⑤
1.2 เพื่อส่งเสริมความงาม	① ② ③ ④ ⑤
1.3 เพื่อทำความกระแส ความนิยม	① ② ③ ④ ⑤
1.4 เพื่อเป็นกิจกรรมเสริม	① ② ③ ④ ⑤
2) โปรแกรม เมนูหรือ รูปแบบการบริการ	
2.1 รูปแบบไทยดั้งเดิม	① ② ③ ④ ⑤
2.2 รูปแบบประยุกต์ โดยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์	① ② ③ ④ ⑤
2.3 การนำเสนอรูปแบบหรือวิธีการบริการแบบใหม่	① ② ③ ④ ⑤
2.4 ความมีชื่อเสียง กรรมวิธีการหรือ เทคนิคให้บริการ	① ② ③ ④ ⑤
2.5 ความมีชื่อเสียง ของผู้บริหารสปาและผู้ให้บริการ	① ② ③ ④ ⑤
3) ผลลัพธ์สปาที่ใช้	
3.1 ชื่อเสียง หรือ มีชื่อเสียง	① ② ③ ④ ⑤
3.2 สมุนไพร	① ② ③ ④ ⑤
3.3 ผลลัพธ์ที่สามารถผลิตได้ ภายในท้องถิ่น	① ② ③ ④ ⑤
4) อุปกรณ์สนับสนุน และสิ่งอำนวยความสะดวก	① ② ③ ④ ⑤
5) ราคาราคาของเมนูที่ให้บริการ	① ② ③ ④ ⑤
5.1 มีราคาต่ำ ในเลือกใช้บริการ	① ② ③ ④ ⑤
6) สถานที่ให้บริการ	
6.1 ความสะดวกด้านการคมนาคม ในการเข้าถึงสถานบริการ	① ② ③ ④ ⑤
6.2 ระยะทางจากที่พัก	① ② ③ ④ ⑤
6.3 ขนาดของสถานที่	① ② ③ ④ ⑤

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการสปา	ระดับความพิจารณา
6.4 ความสวยงาม และการตกแต่งสถานที่ที่ดูที่ระดับ และสภาพแวดล้อม	① ② ③ ④ ⑤
7) การโฆษณา	
7.1 สื่อนิยสารชั้นนำ	① ② ③ ④ ⑤
7.2 ได้รับไปรับรอง หรือใบประกาศจากรัฐบาล	① ② ③ ④ ⑤
8) กิจกรรมส่งเสริมการขาย	① ② ③ ④ ⑤
8.1 สถานบริการ มีส่วนร่วมในกิจกรรมของรัฐบาล เช่น การออกนิตรรศการ	① ② ③ ④ ⑤

หมายเหตุ (เมื่อคำตอบน้อยกว่า ③) / ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลด้านความคิดเห็นด้านจากการรับบริการสปา ในจ. เชียงราย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง โดยตอบเพียงข้อละหนึ่งคำตอบโดยให้มีระดับคือ

① = น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย, ② = น้อย, ③ = พอใช้ หรือ ปานกลาง, ④ = มาก, และ ⑤ = มากที่สุด

ความคิดเห็นของท่านต่อ รูปแบบการให้บริการสปา?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
1) รูปแบบการให้บริการ		
1.1 สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ เน้นการบริการครบวงจรและมีที่พักค้างคืน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
1.2 สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
1.3 สปาในโรงพยาบาล หรือ สปาทางการแพทย์ (Medical Spa)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
1.4 Day Spa มักเน้นด้านเสริมความงาม และให้บริการแบบวันต่อวัน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
1.5 Club Spa ที่เน้นให้บริการแบบฟิตเนส หรือคลับที่เปิดรับเฉพาะสมาชิก	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
1.6 สปาที่อยู่ใกล้หรือใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
1.7 Spa ที่ให้บริการที่บ้าน (Home Delivery)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

หมายเหตุ (เมื่อคำตอบน้อยกว่า ③) / ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นของท่าน ต่อรูปแบบการให้บริการสปา ?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
2) วัตถุประสงค์ของการรับบริการสปา		
2.1 สปาเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
2.2 สปาเพื่อส่งเสริมความงาม	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

หมายเหตุ (เมื่อคำตอบน้อยกว่า ③) / ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นของท่าน ต่อการให้บริการในสปา ?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
3) ลักษณะบริการ		
3.1) ภาพรวมของการบริการด้านการนวด		
3.1.1 การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.2 การนวดแผนไทย (Thai Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.3 การนวดแผนเพื่อการกีฬา (Sport Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.4 การนวดแบบตะวันตก (Swedish Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.5 การนวดแบบจีน หรือ ชิอัตสึ (Shiatsu Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.6 การนวดแบบบาหลี (Bali or Indosian Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.7 การนวดแบบญี่ปุ่น (Reiki Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.8 การนวดแบบกดจุด (Acupressure Massage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.9 การนวดแบบอักษิณี หรือหินบำบัด (La Stones Therapy)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.10 การนวดแบบขจัดสารพิษ (Lymphatic Drainage)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.1.11 การนวดฝ่าเท้า (Reflexology)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2) ภาพรวมของการให้บริการ		
3.2.1 การบำรุงผิวหน้า	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.2 การบำรุงผิวกาย	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.3 การบำรุงผิวมือและผิวเท้า	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.4 วารีบำบัด (Hydro Therapy)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.5 สูดคนระบำนัด (Aroma Therapy) โดยการใช้กลิ่นสดุดม	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.6 การอบสมุนไพร (Herbal Steam)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.7 การประคบสมุนไพร (Herbal Compress)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.8 การบำบัดโดยโคลน (Mud Therapy)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.9 การฝังเข็ม (Acupuncture)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.10 การฝึกกายบริหาร (Physical Exercise)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.11 การทำสมาธิ (Meditation)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.12 การบริโภคอาหารสุขภาพ (Nutrition Therapy)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.13 การลดน้ำหนักและกระชับสัดส่วน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.14 การใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.15 การใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่มีชื่อเสียง	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.2.16 การใช้บริการตามการโฆษณา	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

ความคิดเห็นของท่าน ต่อการให้บริการในสปา ?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
3.3) ภาพรวมของพนักงาน		
3.3.1 พนักงานนวดมีความชำนาญเฉพาะด้าน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.3.2 พนักงานมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.3.3 การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.3.4 การมารยาทและการให้บริการของพนักงาน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.3.5 ผู้จัดการสปา	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4) สิ่งอำนวยความสะดวก		
3.4.1 อ่างน้ำวน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.2 อ่างน้ำร้อน และ น้ำเย็น	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.3 ห้องอบไอน้ำแบบรวม	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.4 ห้องอบซาวน่าแบบรวม	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.5 ห้องนวดรวม	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.6 ห้องอาบน้ำ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.7 Locker ส่วนตัว	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.8 ห้องรับแขก สำหรับการพักผ่อนระหว่างรอรับบริการ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
3.4.9 เตียง และอุปกรณ์ หรือ เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ได้มาตรฐาน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

หมายเหตุ (เมื่อคำตอบน้อยกว่า ③) / ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นของท่านต่อสถานที่บริการ มาก-น้อยอย่างไร?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
4.1) ความสะดวกในการเข้าถึงสถานบริการ (Accessibility)		
4.1.1 ใช้เวลาเดินทาง ไม่เกิน 30 นาที จากที่พัก	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.1.2 ไม่ต้องการเดินทาง โดยใช้บริการ ณ ที่พัก	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.1.3 มีระบบคมนาคมที่เอื้อหนุน สามารถเข้าถึงสถานบริการได้	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.2) ความสบายของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (Amenity)		
4.2.1 ความทันสมัย	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.2.3 ความสะอาดและความปลอดภัยของอุปกรณ์	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

ความคิดเห็นของท่านต่อสถานที่บริการ มาก-น้อยอย่างไร?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
4.3) ความดึงดูดใจ (Attraction)		
4.3.1 ความสวยงามของสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.3.2 แนวคิดและการจัดสถานที่ (Concept)	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.3.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมชาวล้านนา	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
4.3.4 ชื่อเสียงและบุคลากรของสถานประกอบการ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

หมายเหตุ (เมื่อคำตอบน้อยกว่า ③) / ข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นของท่านต่อคุณลักษณะการดำเนินงาน?	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ
5.1) ด้านสถานประกอบการ		
5.1.1 การจัดพื้นที่การใช้สอย	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.1.2 การจัดแสง และระบบการระบายอากาศ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.1.3 ระบบการจัดการด้านความสะอาด	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.1.4 สิ่งปลูกสร้างถาวรที่ดูมั่นคง ไม่ชำรุด และสะอาด	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.1.5 การตกแต่งที่เหมาะสม	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.2) ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา		
5.2.1 คุณภาพของน้ำมัน หรือครีมต่างๆ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.2.2 อุปกรณ์ ได้แก่ เตียงนวด ได้มาตรฐาน	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.3) ด้านผู้ให้บริการ		
5.3.1 ด้านความรู้ และชำนาญ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.3.2 ด้านศีลธรรมและจรรยาบรรณ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.4) ด้านความปลอดภัย		
5.4.1 มีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายชัดเจน ไม่คลุมเครือ	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.4.2 ฝ้า อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.4.3 ระบบการทำความสะอาดน้ำต่างๆ มีความปลอดภัยจากเชื้อโรค	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤
5.4.4 ระบบการป้องกันความปลอดภัย	① ② ③ ④ ⑤	① ② ③ ④ ⑤

หมายเหตุ (เมื่อคำตอบน้อยกว่า ③) / ข้อเสนอแนะ

ภาคผนวก ข ประวัตินักวิจัย

ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

1. (ชื่อ-สกุล ภาษาไทย) นางสาว สุพรรณนิการ์ ขวัญเมือง
(ชื่อ-สกุล ภาษาอังกฤษ) Miss Supannika Khuanmuang

วันเกิด 29 พฤศจิกายน 2519

ระดับการศึกษา

- พ.ศ. 2542 - 2545 ปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- พ.ศ. 2538 – 2542 ปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ สาขาการวัดคุมทางอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประสบการณ์ทำงาน

- พ.ศ. 2542 – 2543 วิศวกรฝ่ายการตลาดบริษัท อัลฟ่ากรุ๊ป จำกัด
- พ.ศ. 2544 – 2546 วิศวกร ฝ่ายจัดซื้อบริษัท เอ็มอีเอสมิตรโปรเจคเซอร์วิสเซส จำกัด
- พ.ศ. 2546 วิศวกร ฝ่ายขาย บริษัท ยามาตาเกะ จำกัด
- พ.ศ. 2545 – 2546 ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทแทนเจอร์อินเทอร์เนชั่นแนล จำกัด
- พ.ศ. 2546 – ปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- อาจารย์ผู้ประสานงานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 - อาจารย์ผู้ประสานงานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 - อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ SIFE Thailand ของมหาวิทยาลัย ปี พ.ศ.2549-2550
 - อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการแข่งขันจำลองธุรกิจ Dummy company. ปี พ.ศ.2549-2550
 - อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการนักลงทุนรุ่นเยาว์ (Young Investor) และผู้ประสานงานโครงการด้านการลงทุน ปี พ.ศ.2548 - 2550

