

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผู้วิจัยได้ศึกษาและ รวบรวม ข้อมูลต่างๆจากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบและเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งได้แก่

- 2.1 ประวัติความเป็นมาของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ประวัติความเป็นมาของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในส่วนนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยเนื้อหาบางส่วนจะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในเรื่องประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ของอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

##### 2.1.1 ประวัติความเป็นมาอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

หัวหิน เป็นอำเภอที่ทุกคนรู้จักกันเป็นอย่างดีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดิมมีชื่อว่า "บ้านสมอเรียง" หรือ "บ้านแหลมหิน" ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ได้ทรงโปรดเกล้าฯให้สร้างพระราชวังไกลกังวลขึ้นเมื่อ พ.ศ.2469 เพื่อประทับพักผ่อนในฤดูร้อน สถานที่แห่งนี้ นับเป็นสัญลักษณ์สง่างามทรงคุณค่าและเป็นที่ภาคภูมิใจเชิดหน้าชูตาของชาวหัวหินมาจนกระทั่งทุกวันนี้ หัวหินมีชื่อเสียงจากการเป็นสถานที่ตากอากาศที่สามารถเที่ยวได้ใน 1 วันและอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 196 กิโลเมตร หากใช้เส้นทางถนนพระราม2 ใช้เวลาประมาณ 2.5-3 ชั่วโมงหากโดยสารทางรถยนต์ หรือ 45 นาทีหากเดินทาง โดยเครื่องบินในอดีตหัวหินเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ราษฎรมีไม่มากส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางด้านประมง ต่อมาราษฎรในเขตท้องถิ่นที่อื่น เช่นจังหวัดเพชรบุรีมาประกอบอาชีพในหมู่บ้านดังกล่าวมากขึ้นทำให้ชุมชนเล็ก ๆแห่งนี้

ขยายตัวใหญ่และมีความเจริญมากขึ้น จึงได้มีการสร้างทางรถไฟสายใต้ เมื่อพ.ศ.2545 ตลอดจนได้มีการสร้างตึกบ้านพักตากอากาศของพระบรมวงศานุวงศ์และเจ้านายชั้นผู้ใหญ่ขึ้นในหมู่บ้านแห่งนี้เป็นจำนวนมากและการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ก่อสร้างโรงแรมรถไฟซึ่งเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งมีมาตรฐานเป็นที่เชิดหน้าชูตาของชาวหัวหินเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่มีพักผ่อนตากอากาศในพื้นที่เมื่อ พ.ศ. 2468

#### 2.1.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของภาคใต้ บนฝั่งทะเลอ่าวไทย ที่ละติจูด 12 องศา 35 ลิปดาเหนือ ลองจิจูด 99 องศา 57 ลิปดาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 231 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 911 ตารางกิโลเมตร โดยแยกเป็นพื้นที่ในเขตเทศบาลเมืองหัวหิน 86.36 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลหนองพลับ 12.98 ตารางกิโลเมตร และนอกเขตเทศบาล 839 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับเมืองต่างๆ ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอชะอำและอำเภอท่ายาง (จังหวัดเพชรบุรี)

ทิศตะวันออก ติดต่อกับชายฝั่งทะเลของอ่าวไทย

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตตะนาวศรี ซึ่งเป็นเส้นกั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า

#### 2.1.3 ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศทั่วไป

อำเภอหัวหินตั้งอยู่ระหว่างเทือกเขาตะนาวศรีและอ่าวไทย มีส่วนกว้างประมาณ 60 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ทั่วไปทางตะวันตกซึ่งติดต่อกับสหภาพพม่าเป็นทิวเขาสูงประกอบด้วยป่าไม้พื้นที่ค่อยๆลาดต่ำลงมาทางตะวันออกเป็นป่าละเมาะเล็ก ๆ จนจรดชายฝั่งทะเลเหมาะแก่การกสิกรรมและเลี้ยงสัตว์ มีเกาะเล็กอยู่ทางทิศใต้ของเขาตะเกียบ 1 เกาะคือ เกาะสิงโต มีทรัพยากรธรรมชาติได้แก่ ป่าไม้และแร่หินควอทซ์

#### 2.1.4 ฤดูกาล

ฤดูกาลของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์พิจารณาตามลักษณะลมฟ้าอากาศของประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้ คือ

ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม มีระยะประมาณ 3 เดือน คือ เมื่อฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือสิ้นสุดลงแต่อากาศไม่ร้อนมากเนื่องจากอยู่ใกล้ทะเลและมีกระแสลมฝ่ายใต้พัดเข้าสู่จังหวัดทำให้ได้รับลมเย็นและไอน้ำจากทะเลอากาศคลายความร้อนอบอ้าวลงเดือนที่มีอากาศร้อนที่สุดจะอยู่ในเดือนเมษายนและพฤษภาคม

ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคมเป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดปกคลุมประเทศไทยร่องความกดอากาศต่ำพาดผ่านบริเวณภาคใต้ของประเทศไทยแล้วเลื่อนขึ้นไปทางเหนือผ่านภาคกลางไปถึงภาคเหนือทำให้มีฝนตกชุกตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม โดยมีฝนตกหนักในเดือนตุลาคม

ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดปกคลุมประเทศไทยทำให้อุณหภูมิลดลงและมีอากาศหนาวเย็นทั่วไป ส่วนอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ทางภาคใต้ตอนบนซึ่งมีอาณาเขตใกล้กับภาคกลางจึงมีอากาศหนาวเย็นคล้ายกับทางภาคกลางและมีฝนตามบริเวณชายฝั่งทะเลโดยเฉพาะเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน

### 2.1.5 ลักษณะอากาศทั่วไป

อำเภอหัวหิน อยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมที่พัดเวียนประจำฤดูกาล 2 ชนิด คือ พัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาว เรียกว่า ฤดูลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนืออิทธิพลของลมนี้ทำให้บริเวณประเทศไทยตอนบนมีอากาศหนาวเย็นแต่ภาคใต้ฝั่งตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะทางตอนล่างของภาคจะมีฝนตกชุกมากเนื่องจากไม่มีภูเขาขึ้นทำให้ได้รับอิทธิพลจากลมที่พัดผ่านทะเลจีนใต้และอ่าวไทยอย่างเต็มที่ส่วนอำเภอหัวหินอยู่ทางตอนบนของภาคใต้ฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจึงพัดเข้าสู่อำเภอนี้เป็นบริเวณแคบทำให้มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูหนาวอากาศส่วนใหญ่จึงคล้ายคลึงกับภาคกลางคือมีอากาศเย็นเป็นครั้งคราวและมีฝนตกชุกในช่วงต้นฤดู ส่วนมรสุมอีกชนิดหนึ่งคือมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ลมนี้จะพัดประจำในช่วงฤดูฝนและเป็นลมที่พัดผ่านมหาสมุทรอินเดียจึงทำให้ประเทศไทยมีฝนตกมากแต่เนื่องจากอำเภอหัวหินอยู่หลังทิวเขาตะนาวศรีซึ่งปิดกั้นทางลมนี้ไว้จึงเป็นที่อับฝนมีฝนตกน้อยในช่วงฤดูฝน ฝนส่วนใหญ่จะตกมากในช่วงฤดูหนาวคือระหว่างเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน

### 2.1.6 การคมนาคม

การเดินทางไปยังอำเภอหัวหินนั้นสามารถแบ่งออกเป็น

ทางบก สามารถเดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ โดยทางรถยนต์ส่วนตัวและรถประจำทางนั้นจะใช้เส้นทางเดียวกัน คือ ทางหลวงหมายเลข 4 หรือ ถนนเพชรเกษม ส่วนทางรถไฟนั้นจะออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) และสถานีรถไฟธนบุรี (บางกอกน้อย)

ทางอากาศ สามารถนั่งเครื่องบินไปลงที่สนามบินบ่อฝ้ายในอำเภอหัวหินได้ โดยสายการบินที่ให้บริการเส้นทางนี้ คือ สายการบินบางกอกแอร์เวย์

ทางเรือ สามารถเดินทางโดยเรือขนส่งโดยสารและแพขนานยนต์

## คำขวัญประจำอำเภอ

คำขวัญประจำอำเภอหัวหิน คือ ท่องเที่ยวหัวหิน แวะถิ่นเมืองขลุง ทะเลสวย นักมวยดัง พระราชวังดงม

## สถิติการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กระแสการเดินทางท่องเที่ยวที่หัวหิน มีการเติบโตที่ดีมาก ทั้งนี้เป็นผลจากการได้รับปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดประชุม สัมมนา การจัดงานกอล์ฟเฟสตีวัล การจัดการแข่งขันเรือใบ และการเปิดเที่ยวบินกรุงเทพฯ-หัวหิน ของบริษัท SGA ในช่วง 6 เดือนของฤดูท่องเที่ยว นอกจากนี้การมีสินค้าใหม่เพื่อสร้างแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยว เช่น สนามกอล์ฟและสปา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้สถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวที่หัวหินมีทิศทางการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.17 และหากแยกพิจารณาชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า ผู้เยี่ยมชมคนไทยเพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 5.08 ส่วนชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 5.63 ส่วนใหญ่เป็นผู้เยี่ยมชมจากภูมิภาคยุโรป โดยเฉพาะประเทศเยอรมัน เดนมาร์ก สวีเดนที่นิยมเดินทางมา เพื่อเล่นกอล์ฟและพักผ่อน ส่วนพาหนะที่ผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่นิยมใช้ในการเดินทางในหัวหิน คือ รถส่วนตัว เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ตามลำดับ

ในการเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยประมาณ 2.56 วัน ลดลงจากปี 2555 ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวนั้น ประมาณ 2,549.54 บาท โดยมีรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวประมาณ 7,523.66 ล้านบาท สำหรับนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 1,112.56 บาท ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในแหล่งท่องเที่ยว เท่ากับ 945.90 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวในหัวหินเป็นจำนวน 8,469.56 ล้านบาท ดังนั้นผู้เยี่ยมชมจะมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันประมาณ 2,228.12 บาท

สำหรับสถานการณ์ด้านการพักแรม พบว่า มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 4,147 ห้อง เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 4.59 โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 55.08 และนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในสถานพักแรมที่หัวหินประมาณ 2.35 วัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 0.03

ตารางที่ 2.1 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน ปี 2555-2556 ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน	1,987,059	452,100	2,439,159
นักท่องเที่ยว	1,095,763	377,177	1,472,940
นักท่องเที่ยว	891,296	74,923	966,219
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	1.96	3.49	2.35
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)	1,701.40	2,911.56	2,081.13
นักท่องเที่ยว	1,973.54	2,999.97	2,363.28
นักท่องเที่ยว	1,045.83	1,360.46	1,070.24
รายได้ (ล้านบาท)	5,169.91	4,045.31	9,215.22
นักท่องเที่ยว	4,237.76	3,943.38	8,181.14
นักท่องเที่ยว	932.15	101.93	1,034.08
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี (ครั้ง)	1.38	1.32	1.37
นักท่องเที่ยว	1.40	1.35	1.39
นักท่องเที่ยว	1.36	1.15	1.35

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “Domestic Tourism Statistics” Select Year 2007 Select Province PrachuapKhiri Khan. เข้าถึงได้จาก: [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tst.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php). สืบค้น 20 มีนาคม 2556.

## สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน

### สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ



#### ภาพที่ 2.1 หาดสวนสนประดิพัทธ์

ตั้งอยู่บริเวณบ้านหนองแก ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยอยู่ในความรับผิดชอบดูแลของศูนย์การท่องเที่ยว พื้นที่รวมทั้งสิ้น 1,065 ไร่ 1 งาน 86 ตารางวา ด้านหน้าติดถนนเพชรเกษมตั้งอยู่บริเวณชายหาดสวนสนประดิพัทธ์ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 190 กม. ซึ่งเป็นชายหาดที่สวยงามและยังคงความเป็นธรรมชาติสถานที่พักผ่อนด้วยโรงแรมหรูริมชายหาดขนาด 160 ห้อง อาคารบังกะโลบ้านพักตากอากาศหลังเดียวติดชายหาด และเรือนนอนสำหรับพักเป็นหมู่คณะศูนย์พัฒนากีฬาออล์ฟ สระว่ายน้ำขนาดใหญ่ร้านอาหารทิวสน อาหารทะเลสด ๆ ห้องประชุมสัมมนาและลานจัดเลี้ยงหาดสวนสนประดิพัทธ์อยู่ในเขตอำเภอหัวหิน ห่างจากหาดหัวหินใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ไปทางทิศใต้ประมาณ 9 กิโลเมตร แยกซ้ายกม.ที่ 240 เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 500 เมตร ถึงชายหาดโดยมีเขาตะเกียบคั่นระหว่างหาดหัวหินและหาดสวนสนประดิพัทธ์เสน่ห์ของหาดสวนสนประดิพัทธ์จากการสัมผัส คือ ความเงียบสงบ ร่มรื่นตลอดแนวทิวสนประดิพัทธ์ ชายหาดมองดูเป็นเว็จโค้งสวยงามทรายขาวสะอาด ระดับน้ำทะเลไม่ลึก เหมาะกับการลงเล่นน้ำสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆบนชายหาด ก็มีอยู่เพียบพร้อมไม่ว่าจะเป็นห้องอาบน้ำจืด ห้องสุขา รวมทั้งเตียงผ้าใบ เสื้อห่วงยางเล่นน้ำร้านอาหารและยังสามารถนำอุปกรณ์มาประกอบอาหารทานได้อีกด้วยแต่ต้องระมัดระวังเรื่องความสะอาดเป็นสำคัญเรื่องความปลอดภัยห่างๆ เพราะอยู่ภายใต้ความดูแลของทหารการเดินทาง

เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จากกรุงเทพฯ มุ่งตรงสู่ภาคใต้ ผ่าน จังหวัดเพชรบุรี เข้าสู่ อำเภอชะอำ อำเภอหัวหินจากหัวหินประมาณ 9 กิโลเมตร อยู่ทางด้านซ้ายมือเลี้ยวรถเข้าไปนิดเดียวก็ถึงแล้ว

เดินทางโดยรถทัวร์ขึ้นรถที่สถานีขนส่งสายใต้ สาย กรุงเทพ-หัวหิน-ปราณบุรีรถจะวิ่งผ่านหน้าสวนสนประดิพัทธ์

เดินทางโดยรถไฟจะมีสถานีรถไฟสวนสนอยู่ภายในพื้นที่สวนสนประดิพัทธ์เพียงเท่านั้น ก็จะถึงสถานพักผ่อนและพักผ่อนกองทัพบก (สวนสนประดิพัทธ์)



ภาพที่ 2.2 น้ำตกป่าละอู

ตั้งอยู่ในเขตป่าละอูมีพื้นที่ประมาณ 273,125 ไร่ อุดมไปด้วยป่าไม้เขียวชอุ่มและสัตว์ป่านานาชนิดป่าละอูจัดอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานมีหน่วยพิทักษ์อุทยานน้ำตกป่าละอูของกรมป่าไม้ตั้งอยู่ใกล้อ่างเก็บน้ำก่อนถึงตัวน้ำตกประมาณ 2 กิโลเมตร น้ำตกป่าละอูประกอบด้วยน้ำตกละอูใหญ่และน้ำตกละอูน้อย ซึ่งไหลลดหลั่นกันอย่างสวยงามถึง 11 ชั้น สามารถลงเล่นน้ำได้ ช่วงที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายนการเดินทางจากตลาดหัวหินมีทางแยกจากถนนเพชรเกษมไปทางทิศตะวันตกตามทางหลวงหมายเลข 3219 จนสุดถนนราว 63 กิโลเมตร เลี้ยวขวาเข้าหมู่บ้านฟ้าประทาน แล้วเดินทางต่อไปอีกราว 4 กิโลเมตร สามารถเช่าเหมารถสองแถวซึ่งจอดอยู่ที่ถนนชมสินธุ์ไป-กลับได้ในราคาประมาณ 800 บาท นักท่องเที่ยวต้องเสียค่าธรรมเนียมเข้าอุทยานฯ ผู้ใหญ่ คนละ 20 บาท เด็ก คนละ 10 บาท ในกรณีที่ต้องการพักค้างแรมทางอุทยานฯ มีบริการเต็นท์ให้เช่า คนละ 100 บาท/คน/คืน หรือจะนำเต็นท์มาเองก็ได้ติดต่อขออนุญาตพักค้างแรมในเขตอุทยานฯ ได้ที่หน่วยพิทักษ์อุทยานน้ำตกป่าละอู อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 หรือที่ทำการอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี หรือจะติดต่อได้ที่อุทยานแห่งชาติกรมป่าไม้ บางเขน กรุงเทพฯ



**ภาพที่ 2.3** เกาะสิงโต

อยู่ทางด้านทิศตะวันออกจากสวนสนประดิพัทธ์ไปประมาณ 800 เมตร เป็นเกาะเล็กๆ รูปร่างคล้ายสิงโตนอนหมอบหันหน้าไปทางทิศเหนือเหมาะสำหรับผู้นิยมตกปลา นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือได้ที่หมู่บ้านเขาตะเกียบใช้เวลาเดินทางประมาณ 45 นาที ราคา 2,500 บาท ต่อลำ (5 คน) หรือไปตกปลาและปลาหมึก 3,500 บาท ต่อลำ (10 คน)

#### **สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์**



**ภาพที่ 2.4** วัดไถ่ก้งวอล

ตั้งอยู่บนถนนเพชรเกษมห่างจากหัวหินไปทางทิศเหนือ ประมาณ 3 กิโลเมตร พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้น โดยใช้พระราชทรัพย์ส่วนพระองค์สำหรับใช้เป็นที่ประทับในฤดูร้อนและพระราชทานแด่สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี โดยทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้หม่อมเจ้าอิทธิเทพสรรค์ กฤดากร ผู้อำนวยการกรมศิลปากรในสมัยนั้นเป็นผู้ออกแบบและเป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง โดยเริ่มก่อสร้างเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2469 ต่อมาได้รับการซ่อมแซมและก่อสร้างเพิ่มเติมในสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ในบริเวณมีพระตำหนักหลายหลังมีชื่อคล้องจองกัน ได้แก่ พระตำหนักเปี่ยมสุข ปลูกเกษม เอิบเปรม เอมปรีดิ์สร้างอยู่กลางอุทยานไม้ดอกไม้ประดับนานาพันธุ์ โดยมีพื้นที่ด้านหนึ่งติดชายทะเล นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์หอยซึ่งเป็นที่รวบรวมเปลือกหอยนานาชนิดวังไถ่ก้งวอลเปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 09.00 – 16.00 น. (ยกเว้นในขณะที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานไปประทับแรม) อัตราค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท (จำหน่ายบัตรเข้าชมถึงเวลา 15.30 น.)



ภาพที่ 2.5 สถานีรถไฟหัวหิน

ตั้งอยู่ถนนพระปกเกล้า ตำบล หัวหิน อำเภอ หัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เป็นสถานีรถไฟชั้น 2 ของทางรถไฟ สายใต้ทางด้านอาคารสถาปัตยกรรมได้รับยกย่องเป็นอาคารอาคารสถานีรถไฟหัวหินเป็นอาคารครึ่งตึกครึ่งไม้มีอิทธิพลจากสถาปัตยกรรมวิกตอเรีย เช่นเดียวกับ โรงแรมรถไฟหัวหิน มีรายละเอียดสวยงามประดับเสา ค้ำยัน และอื่นๆ สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานีรถไฟแห่งนี้ คือ พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯเป็นพลับพลาจตุรมุขสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เดิมมีชื่อว่า พลับพลาสนามจันทร์ ตั้งอยู่ในบริเวณพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พลับพลานี้มีไว้ในกรณีที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เสด็จประทับทอดพระเนตรกองเสือป่าและลูกเสือทั่วประเทศทำการฝึกซ้อมยุทธวิธีเป็นประจำทุกปีหลังจากสิ้นรัชสมัยของพระองค์ การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้รื้อถอนมาเก็บไว้เพื่อเป็นการรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์สถานีรถไฟแห่งนี้เป็นที่เชิดหน้าชูตาของชาวอำเภอหัวหินเป็นอย่างมากและยังเป็นที่หัวรถจักรไอน้ำเก่าที่การรถไฟสั่งซื้อมาจากประเทศอังกฤษหัวรถจักรนี้เคยวิ่งให้บริการในเส้นทางรถไฟก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ สถานีรถไฟหัวหิน โทร.0 3251 1073 โดยตารางเวลาที่รถไฟไปยังหัวหินจะออกจาก กรุงเทพฯ 9.20 น. ถึง หัวหิน 13.30 น. (ขบวน261) เทียบกลับออกจาก หัวหิน 14.10 น. ถึง กรุงเทพฯ 18.35 น. (ขบวน 262)

สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.6 ตลาดโต้รุ่งหัวหิน

เป็นสี่สัณยามราตรีของหัวหินและเป็นแหล่งรวมอาหารนานาชาติ อาทิ อาหารไทย อาหารทะเล ขนมไทย โรตีสวน มินั๊กทองเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศแวะเวียนไปเสมนอกจากรนั้ยังมีร้านขายของที่ระลึกจำหน่าย อีกด้วย



ภาพที่ 2.7 ตลาดฉัตรไชย

เป็นตลาดเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงของหัวหินเป็นที่รู้จักดีในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมในตัวเมืองหัวหิน ตลาดแห่งนี้สร้างในปี พ.ศ.2469 ของรัชกาลที่ 7 ในวาระเสด็จแปรพระราชฐานมา ประทับ ณ วังไกลกังวลครั้งแรกพร้อมกับสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี โดยราชสกุลฉัตรไชย พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงเป็นหัวหน้าจัดสร้างขึ้นน้อมเกล้าฯ ถวายตลาดก่อสร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก ลักษณะของหลังคาเป็นรูป 7 โฉงอันเป็นสัญลักษณ์ หมายถึง สร้างในสมัยรัชกาลที่ 7 ปัจจุบันเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อาหารสดและแห้ง



### ภาพที่ 2.8 วัดห้วยมงคล

ตั้งอยู่ที่ตำบลทับใต้เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่отวด พระนามภิไธยส.ก.องค์ใหญ่หน้าตักกว้าง 9.9 เมตร สูง 11.5 เมตร บนฐานสูง 3 ชั้น นอกจากนี้ยังมีรูปสลักหลวงพ่отวดแกะจากไม้ตะเคียนทองขนาดใหญ่ ให้ประชาชนได้สักการะบูชาจากบริเวณรอบๆองค์พระสามารถมองเห็นทิวเขาล้อมรอบและเห็นภูเขาตะนาวศรีกั้นพรมแดนไทย – พม่า เปิดระหว่าง เวลา 05.00-22.00 น.



### ภาพที่ 2.9 เขาไกรลาส

เขาไกรลาสเป็นภูเขา 2 ลูกที่อยู่ใกล้กันอยู่ห่างจากตัวอำเภอหัวหินไปทางทิศใต้ประมาณ 14 กิโลเมตร มีทางแยกซ้ายมือจากถนนเพชรเกษมที่กิโลเมตร 235 เข้าไปประมาณ 500 เมตร จากตลาดหัวหินมีรถโดยสารวิ่งระหว่างหัวหิน-เขาไกรลาส-เขาตะเกียบ เขาตะเกียบเป็นเขาที่ยื่นออกไปในทะเลมีโขดหินสวยงามเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามญาติขนาดใหญ่หันหน้าออกสู่ทะเลบนยอดเขามีทางเดินขึ้นไปสามารถชมทิวทัศน์ของท้องทะเลและตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ชายหาดเขาตะเกียบมีความยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร มีความลาดชันน้อย ทรายขาวละเอียด บริเวณชายหาดมีร้านอาหาร ที่พักและร้านขายของที่ระลึกมากมายไว้บริการ

### สินค้าขึ้นชื่อประจำท้องถิ่น



ภาพที่ 2.10 สินค้าพื้นเมือง ผ้าพิมพ์ไหมพัสดร์

ผ้าพิมพ์ลายพื้นเมืองอันเป็นเอกลักษณ์ของหัวหินและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันมานานกว่า 50 ปี มีทั้งผ้าฝ้าย ผ้าไหม และ ผ้าชนิดอื่นๆ นำมาพิมพ์เป็นลวดลายต่างๆสีสันสดใสสวยงามนับร้อยลาย ดูเผินๆ ลักษณะคล้ายผ้าบาติกแต่แตกต่างกันที่กรรมวิธีการผลิต เพราะผ้าบาติกเป็นภาพวาด ส่วนผ้าไหมพัสดร์นั้นเป็นภาพพิมพ์ ลายที่มีชื่อเสียงมากที่สุด คือ ผ้าเกี่ยวพิมพ์ทองส่วนสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าพิมพ์ไหมพัสดร์นั้นมีให้เลือกมากมายหลายรูปแบบ เช่น เสื้อเชิ้ต ผ้าเช็ดหน้า ผ้าคลุม ผ้าปูโต๊ะ ปลอกหมอน กระเป๋าถือ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการตัดเย็บเป็นรูปตุ๊กตาสัตว์อย่างช้าง ปลา หรือประดิษฐ์เป็นเครื่องใช้ เช่น ที่ใส่ขวดไวน์ หมอน กระเป๋า พัด เป็นต้น ถ้าหากคุณไปเที่ยวหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์แล้วละก็ซื้อติดไม้ติดมือกลับมาเป็นของฝากญาติผู้ใหญ่จะไม่เสียเที่ยวเลย



ภาพที่ 2.11 อาหารทะเลสดและแห้ง

เนื่องจากอำเภอหัวหินมีอาณาเขตติดกับทะเล สินค้าจากทะเลจึงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของที่นี่ ทั้งอาหารทะเลสดและแห้ง อาหารทะเลสดๆนี้ สามารถหาซื้อได้จากชาวประมงที่เดินเรือเข้ามาในตอนเช้าบริเวณชายหาดหรือหาซื้อได้จากสะพานปลาและตลาดสด



ภาพที่ 2.12 ไร่องุ่นหัวหินฮิลล์วินยาร์ด

แห่งแรกและแห่งเดียวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยความที่เพาะปลูกบนพื้นที่ชายทะเลซึ่งเดิมเป็นพื้นที่ซึ่งช้างป่าเอเชียเคยอาศัยอยู่ สภาพดินและสภาพอากาศจึงเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตขององุ่นพันธุ์ดีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นชีราซ บรูเนลโล โคลอมบาร์ด และ เซอนินบลองก์ และอื่นๆ อีกรวม 20 พันธุ์ ผลองุ่นที่ได้จะมีกลิ่นหอมและคาแรคเตอร์พิเศษไวน์ที่ได้จากการผลิตจะมีความเข้มข้น ไร่องุ่นแห่งนี้ นอกจากเป็นแหล่งผลิตไวน์ไทยชั้นนำคุณภาพเลิศอันโด่งดังของบริษัทสยามไวเนอริ์แล้วยังถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านไวน์แห่งใหม่ที่จะช่วยดึงดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ และกิจกรรมสนุกสนานทั้งนี้ยังเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดประจวบฯ ให้ดีขึ้นอีกด้วย ภายในบริเวณไร่องุ่นที่กว้างใหญ่ถึง 200 ไร่จากเนื้อที่ทั้งหมด 1,200 ไร่ เต็มไปด้วยต้นองุ่นปลูกเรียงรายเป็นแถวอย่างมีระเบียบล้อมรอบด้วยทิวเขาที่ให้บรรยากาศอบอุ่นและโรแมนติก บางวันที่อากาศครึ้มๆ จะมีหมอกบางๆปกคลุมอยู่ทั่วไปให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ต่างประเทศ ภายในไร่องุ่นยังมีร้านอาหารแบบบิสโทรชื่อ เดอะซาลา (The Sala) ศูนย์ต้อนรับนักท่องเที่ยวซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะแบบไทยซึ่งจัดให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลินไปกับการชิมไวน์ รวมถึงการได้รับความรู้ด้านไวน์และการปลูกองุ่นจากเจ้าหน้าที่ของสยามไวเนอริ์เพื่อรองรับการเดินทางมาเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร โดยผู้ที่ต้องการชิมไวน์สามารถชิมไวน์ตัวที่เปิดให้ชิมในแต่ละวัน ซึ่งทางไร่จะเปิดให้นักท่องเที่ยวชิมฟรีแต่ถ้านักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะต้องการจะทดสอบไวน์ทุกตัวจะต้องจ่ายหัวละ 150 บาท นอกจากการเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วสำหรับคู่รักที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติก็สามารถเดินทางมาจัดงานแต่งงานหรือฮันนีมูน รวมถึงปาร์ตี้อื่นๆ ภายในไร่องุ่นแห่งนี้ได้อีกด้วย นอกจากการได้สัมผัสผลองุ่นแล้วที่นี่ยังมีบริการนั่งช้างชมไร่ โดยคิดค่าบริการเป็นรอบ รอบละ 15 นาที ราคา 20 บาท ถัดถึง 1 ชั่วโมง คิด 800 บาท ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชาวต่างชาติชื่นชอบกันปลูกต้นองุ่น ช่วยตัดองุ่น และภายในไร่ยังมีร้านอาหารไว้บริการนักท่องเที่ยวอีกด้วย ไร่องุ่นหัวหินฮิลล์วินยาร์ดตั้งอยู่ที่ 204 บ้านคอกช้างพัฒนา หนองพลับหัวหิน

ขับรถประมาณ 30-40 นาที จากตัวเมืองหัวหินเวลาที่เหมาะสมในการเข้าชมไร่่องุ่นเป็นช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม ของทุกปี เนื่องจากเป็นฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตในด้านกิจกรรม

### กิจกรรมการท่องเที่ยวในหัวหิน



#### ภาพที่ 2.13 สปาและนวดแผนไทย

สปาในหัวหินมีให้เลือกใช้บริการอย่างมากมายหลายระดับไม่ว่าจะเป็นสปาที่มีบริการภายในโรงแรมที่พักหรือสปาที่อยู่ทั่วไปโดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการเพื่อพักผ่อนได้ตามต้องการ ซึ่งสปาแต่ละแห่งนั้นมีเอกลักษณ์ และมีคุณภาพในระดับที่ทั่วโลกยอมรับ



#### ภาพที่ 2.14 กิจกรรมตกปลา

มีทั้งกิจกรรมตกปลาน้ำจืดและน้ำเค็ม โดยกิจกรรมตกปลาน้ำจืดนั้นจะอยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินประมาณ 10 กิโลเมตร ไปทางน้ำตกป่าละอู แบ่งออกเป็น 2 ทะเลสาบจะมีปลาอยู่ประมาณ 23 ชนิด เช่น ปลาไหล ปลาการ์ฟ ฯลฯ ส่วนกิจกรรมตกปลาน้ำเค็มนั้นจะต้องนั่งเรือไปนอกชายฝั่งสู่เกาะสิงโตโดยจะมีชาวประมงคอยแนะนำในเรื่องวิธีการตกปลาวิธีการใช้เหยื่อล่อปลารวมถึงการตกปลาหมึก



ภาพที่ 2.15 กอล์ฟ

หัวหินนั้นมีสนามกอล์ฟที่มีมาตรฐานระดับโลกให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินได้มากถึง 7 สนาม โดยนักท่องเที่ยวสามารถเล่นกอล์ฟได้อย่างเพลิดเพลินบนภูมิทัศน์อันสวยงามรอบข้าง พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน



ภาพที่ 2.16 กิจกรรมชายหาดและกีฬาทางน้ำ

หัวหินมีชายหาดทอดยาวนับจากตัวเมืองมาสิ้นสุดที่เขาตะเกียบซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักผ่อนกับกิจกรรมสบายๆ ได้ทั้งจี่น้ำหรือนอนอาบแดดริมชายหาด โดยมีเตียงผ้าใบและร่มชายหาดพร้อมให้บริการส่วนกิจกรรมทางน้ำนักท่องเที่ยวสามารถเลือกทั้งเจ็ทสกี บานาน่า โบ๊ท วินด์เซิร์ฟ รวมถึง การพายเรือ และ กระโดดร่มชูชีพ ธุรกิจท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน เช่น โรงแรม บริษัททัวร์ ห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง ร้านอาหาร ตลาดน้ำ ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป จากแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลทั่วไปของ อำเภอหัวหิน ที่ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ในส่วนของธุรกิจการท่องเที่ยวในหัวหินนั้นจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ทางวัฒนธรรม ทางศิลปะวัฒนธรรม มีสินค้าขึ้นชื่อประจำท้องถิ่น และ กิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในอำเภอหัวหิน ทำให้หัวหินมีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวหัวหินนั้นสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังหัวหิน โดยในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคโดยภาพรวม

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994)

Kollat and Blackwell (1968) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่าการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Engel (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Schiffman and Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหาซื้อใช้ประเมินผลหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการและแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงินเวลาและกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆอันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อยู่ที่ไหน และ บ่อยแค่ไหน

Engel Kollat and Blackwell (1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการซึ่งประกอบด้วย

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่บริโภคอาหารชีวิตซึ่งเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรม การซื้อ

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ซึ่งเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือประโยชน์ของอาหารชีวจิต
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไรเช่นต้องการรักษาสุขภาพบริโภคตามญาติหรือเพื่อนๆ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) บทบาทของกลุ่มต่างๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยผู้ริเริ่มผู้มีอิทธิพลผู้ตัดสินใจซื้อผู้ซื้อผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ร้านสะดวกซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือกตัดสินใจซื้อความรู้สึกภายหลังการซื้อ

### 2.2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนอง (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอกนักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถมการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่นภาวะเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political)

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

1.3 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือปัจจัยด้านวัฒนธรรมปัจจัยด้านสังคมปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

1.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้ามีทางเลือกคือนมสดกล่องบะหมี่สำเร็จรูปขนมปัง

3.2 การเลือกตราสินค้า เช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่องจะเลือกยี่ห้อโฟร์โมสต์ ฯลฯ

3.3 การเลือกผู้ขาย เช่น ผู้บริโภคจะเลือกห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้ากลางวัน หรือ เย็นในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่องหรือหนึ่งโหล กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ

พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความพยายามปัจจัยภายในและภายนอกที่ได้กล่าวมาจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer decision –marketing process) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2543)

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน เช่น ความหิวหรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น ได้เห็นโฆษณาหรือเห็นตัวสินค้าแล้วเกิดความต้องการขึ้นแต่อาจเกิดความขัดแย้งขึ้นได้ภายในครอบครัวเนื่องจากเงินมีจำกัด เช่น ภรรยาต้องการใช้เงินเพื่อการอื่นแทนที่จะซื้อสินค้าที่สามีต้องการหากไม่สามารถแก้ปัญหานี้ได้กระบวนการตัดสินใจซื้อก็อาจต้องหยุดอยู่จุดนี้หรือผู้บริหารพนักงานขายหรือผู้ที่ต้องติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นประจำแต่ไม่อยู่ที่ทำงาน อาจเกิดความจำเป็นที่จะต้องซื้อโทรศัพท์มือถือเพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้วเขาจะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจการค้นหาอาจกระทำขึ้นโดยสัญชาตญาณอย่างรวดเร็วหรืออาจต้องมีการใช้ความพยายามและการวิเคราะห์ข้อมูลการที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ (1) จำนวนของข้อมูลที่จะหาได้ (2) ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล (3) ผลที่เกิดขึ้นในภายหลังหากไม่ได้มีการค้นหาข้อมูล เช่น ผู้ที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือก็จะหาข้อมูลเกี่ยวกับรุ่นราคาคุณภาพความคงทนและบริการหลังการขายจากแหล่งต่างๆ เช่น เพื่อนบริษัทตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงานขายตามนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ที่ลงโฆษณาไว้ เป็นต้น

3. การประเมินผลทางเลือกต่างๆ (Evaluation of alternatives) หลังจากขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลแล้วผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผลซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคาความคงทนหรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องราวของความพอใจส่วนบุคคล เช่น ชื่อเสียงของตราสินค้าแบบหรือสี เป็นต้นจากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงทางเลือกที่เป็นไปได้ถ้าทางเลือกที่ได้มีเพียงทางเลือกเดียวการประเมินผลก็ทำได้ง่ายแต่บางครั้งทางเลือกที่ได้มีหลายแบบ ฉะนั้นผู้บริโภคต้องพิจารณาเลือกทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด ดังนั้นนักการตลาดส่วนใหญ่จึงสนใจที่จะศึกษาถึงเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้สำหรับการประเมินทางเลือกต่างๆ เช่น หลังจากที่ต้องการซื้อโทรศัพท์มือถือได้ข้อมูลต่างๆมาแล้วก็จะนำมาพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ที่กล่าวไปแล้วเพื่อเลือกซื้อเพียงยี่ห้อเดียว เป็นต้น

4. การซื้อ (Purchase) หลังจากพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็มาถึงขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจการซื้อก็จะเกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อก็ต้องพิจารณาต่อไปถึงเรื่องตรายี่ห้อร้านที่จะซื้อราคาดีเป็นต้น

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Postpurchase evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้วการประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้นความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อไปนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดควรจะต้องทราบ ทั้งนี้เพราะว่ามันมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย เช่น หลังจากซื้อโทรศัพท์มือถือมาใช้แล้วผู้ซื้อก็จะพิจารณาว่าโทรศัพท์ที่ตัดสินใจซื้อมานั้นมีคุณภาพและมีการให้บริการหลังการขายดีตามที่ต้องการหรือไม่ถ้าถูกใจก็แนะนำผู้อื่นหรือเมื่อต้องการใช้อีกก็จะตัดสินใจซื้อของบริษัทเดิม เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไปโดยให้ข้อมูลที่เน้นจุดเด่นของสินค้าหรือการติดตามให้บริการหลังการซื้อ เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจบริโภคสินค้าชนิดใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม และ ก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ดังนั้น นักการตลาดจะต้องจัดหาสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อมากที่สุด

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

ในส่วนนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยเนื้อหาบางส่วนจะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความสำคัญและทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือกลุ่มผู้เข้ามาใช้บริการ เพื่อทราบถึงความรู้สึกของผู้ใช้บริการในผลิตภัณฑ์นั้นและสามารถนำไปปรับปรุงแนวทางการให้บริการได้เป็นอย่างดี ดังความหมายของความพึงพอใจ ที่นักวิชาการกล่าวไว้ ดังนี้

การนิยามถึงคำว่า “ความพึงพอใจ” (Satisfaction) นั้นมาจากคำในภาษาละตินว่า Sati’s แปลว่า ดีพอแล้ว, เพียงพอ” และคำว่า faction ซึ่งแปลว่า “ทำให้เกิด” ตามพจนานุกรม Oxford Dictionary ได้นิยามความหมายไว้ว่า “ความเปี่ยมล้น” ไม่เหลือซึ่งสิ่งที่ปรารถนา “ทำให้เกิดความรู้สึกดี” แต่อย่างไรก็ตามจากการวิจัยทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จึงได้รู้ว่าสิ่งนี้มีความหมายมากกว่าความเปี่ยมล้นดังกล่าวการนิยามในแนวคิดของการเป็นภาวะทางความรู้สึกของผู้บริโภค “หรือ” ในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคกำลังประสบสิ่งนั้นอยู่”

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้มีผู้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้หลายทัศนะ ดังนี้

จิตตินันท์ เตะชะคุปต์ (2536) กล่าวว่า “ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกทางบวกของบุคคล ที่เป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับสอดคล้องกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยทำให้ผู้ให้บริการสามารถกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ประเมินคุณภาพของการบริการ และบ่งชี้ถึงความสำเร็จของงานบริการ รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ชีวิตที่ดีขึ้น จากการพัฒนาบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความพอใจและใช้บริการต่อไป”

ปรัชญา เวสารัชช์ (2542) มีความเห็นว่า “ความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นเป็นผลรวมของสภาพการด้านจิตวิทยา ด้านกายภาพและด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสาเหตุให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ”

Anderson and Fornell (1994) ได้ให้ความหมายตามแนวความคิดนักการตลาด คือ จะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ 2 ฝ่าย

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์กำลังซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง “มักพบใช้ในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดพฤติกรรมศาสตร์

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินคุณภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง

วิลลิสท์ ทรยางกูร (2546) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น”

Secord & Backman (1964) กล่าวว่า “ความพึงพอใจในงานนั้นเกิดจากความต้องการของบุคคลในองค์กรบางคนพอใจผลงานที่ได้ทำสำเร็จบางคนพอใจเพราะลักษณะงาน แต่บางคนพอใจเพราะเพื่อนร่วมงาน”

จากแนวคิดนักวิชาการดังกล่าว ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติในทางที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับการตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจนบรรลุวัตถุประสงค์โดยกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด และ ค่านิยมของบุคคล ซึ่งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของงานให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคลในแนวทางที่เขาพึงประสงค์ ซึ่งโดยทั่วไปถ้าเราศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษาใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction)

จากการศึกษาแนวคิดความพึงพอใจ จากความหมายดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าเป็นการแสดงออกที่ค่อนข้างซับซ้อน ซึ่งเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้ทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของลูกค้า การแสดงความคิดเห็นต้องตรงกับความรู้สึกโดยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ในส่วนต่อไปจะเกี่ยวข้องกับลูกค้าจะมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับหลักในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

### 2.3.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Philip Kotler (1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ กับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความพึงพอใจและถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความประทับใจซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจ จะส่งผลต่อการตัดสินใจและการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าดังทฤษฎีที่กล่าวอ้าง ดังนี้

ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) ได้มีการตั้งสมมติฐานว่า มนุษย์ต้องการความเป็นระเบียบและสอดคล้อง (Order and Consistency) มนุษย์จะเกิดความเครียดเมื่อมีความขัดแย้งในความเชื่อหรือพฤติกรรมต่างๆและจะพยายามขจัดความตึงเครียดด้วยความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น

ในขณะที่ทฤษฎีความไม่ตรงกัน (The Disconfirmation Paradigm) ได้กล่าวว่าจะไม่ควรอธิบายความพึงพอใจของบุคคล โดยใช้ทฤษฎีความขัดแย้งทางความรู้ ความคิด (Cognitive Dissonance Theory) อย่างเดียว แต่ควรเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคแต่ละบุคคลทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่างๆของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอยู่จริง (Actual Product Performance) กับสิ่งที่คาดหวัง (Expectations) (ปราณี คุเจริญ โปสาล และบัวรัตน์ ศรีนิล, 2542, น. 14-15) (Victor K Vroom, 1964) ส่วนทฤษฎี V.I.E เป็นทฤษฎีที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ ความพึงพอใจ (V-Valance) วิธีทางที่นำไปสู่ความพึงพอใจ (I-Instrumentality) และความคาดหวังภายในตัวบุคคล (E-Expectancy) โดยในตัวบุคคลจะมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงกระทำการตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ และเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ได้รับความพึงพอใจ

จากทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคดังกล่าวมาข้างต้นย่อมแสดงให้เห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีผู้พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีผู้พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้าและบริการ โดยภาพรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ จากการศึกษาของนักการตลาดนั้น เห็นว่า มนุษย์ต้องการความเป็นระเบียบ และ ความคาดหวังภายในตัวบุคคล โดยในตัวบุคคลจะมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับหลักในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

หลักในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า หัวใจหลัก 7 ประการ ที่พนักงานทุกคนพึงมีในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Communication Effectively)

1.1 การติดต่อกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและชัดเจน รวมทั้งเหมาะสมกับระดับความรู้ความเข้าใจของลูกค้าแต่ละคน

1.2 มีการรับฟังลูกค้า

1.3 ทราบข้อมูลและอธิบายได้ในเรื่องเกี่ยวกับการบริการ ตลอดจนสิ่งที่สามารถให้บริการได้และมีราคาต่าง ๆ กัน รวมทั้งยังสามารถให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าได้ว่าปัญหาต่างๆของเขา จะได้รับการแก้ไขให้จนเป็นที่พอใจ

1.4 สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าลูกค้ามีความต้องการหรือคาดหวังอะไรบ้าง ดังนั้น เมื่อลูกค้าพบว่าการได้มีการเตรียมการที่จะให้ความช่วยเหลือเขาอยู่แล้วเขาก็จะมีการตอบสนองในทางที่ดีเช่นกัน

2. การมีมารยาทที่ดี สุภาพอ่อนโยน (Curtest) เกรงใจ และมีความเป็นมิตร ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรจะเป็นคุณสมบัติของพนักงานทุกคน ดังนั้น องค์กรจะได้รับการยอมรับจากลูกค้ามากขึ้นเพียงใด ก็ขึ้นกับว่าพนักงานขององค์กรมีทัศนคติเพียงใดในเรื่องของความมีมารยาท

3. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า (Understanding Customer Need)

3.1 ความต้องการของลูกค้าแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน

3.2 พยายามศึกษาว่าความต้องการของลูกค้าแต่ละคนนั้นคืออะไร

3.3 สนองตอบแต่ละคนให้ตรงกับที่เขาต้องการ

4. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (Responsible) ความตั้งใจ และความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตลอดเวลา ซึ่งรวมถึงการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5. การแสดงออกซึ่งความสามารถรอบรู้ (Competence) การที่พนักงานขององค์กรจะต้องมีความรู้มีความชำนาญต่องานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ และยังรวมถึงความรู้ความชำนาญในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับองค์กร ความสามารถในการขายในการให้บริการและความสามารถส่วนตัวในการแก้ปัญหา

6. มีความน่าเชื่อถือ (Creditability) ความจริง ความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้และยังรวมถึงการให้ความสนใจลูกค้าอย่างจริงใจและมีการแสดงออกให้เห็นด้วย

7. มีความไว้วางใจ (Reliability) การกระทำอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้อย่างสม่ำเสมอ โดยการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องตั้งแต่แรกและยังหมายถึงการที่องค์กรปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาที่พนักงาน (ในฐานะตัวแทนขององค์กร) ได้ให้ไว้กับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งความ

ไว้วางใจที่เกี่ยวข้องถึงความถูกต้องที่องค์กรให้บริการแก่ลูกค้าตามที่ตกลงไว้ไม่ว่าจะเป็น การนัดหมายหรือราคาที่เกิดคลงกัน

ประโยชน์ของการวัดความพึงพอใจของลูกค้า

การวัดความพึงพอใจของลูกค้าทำให้เกิดสัญญาความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะและต้องการความสำเร็จซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องไปสู่คุณภาพบริการที่ดีกว่าให้แก่ลูกค้า

1. การวัดทำให้รู้ถึงขีดมาตรฐานของผลงานตามปกติของเราและรู้ถึงมาตรฐานที่ดีที่สุดที่เป็นไปได้ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพและบริการที่สูงขึ้น

2. การวัดทำให้ผู้ปฏิบัติงานรับรู้ผลที่ได้ในทันที

3. การวัดจะทำให้ทราบว่าสิ่งใดบ้างที่ต้องดำเนินการปรับปรุงคุณภาพและความพึงพอใจ

4. การวัดจะช่วยผลักดันจูงใจให้ตั้งใจปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้นและมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในระดับที่สูงขึ้นตามไปด้วย

กล่าวโดยสรุป เนื้อหาที่ได้นำเสนอข้างต้นในเรื่องการศึกษาความพึงพอใจจากกล่าวได้ว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะนำเนื้อหาบางส่วนที่สำคัญมาเป็นกรอบแนวทางหลักการสร้างความพึงพอใจเป็นหลักที่สถานประกอบการธุรกิจบริการพึงมีไว้เพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานทุกคนพึงทำให้ได้และองค์กรควรปลูกฝังให้พนักงานทุกคน โดยเฉพาะการให้บริการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพเป็นการบริการที่ลูกค้าต้องการความประทับใจตั้งแต่ก่อนรับบริการ ระหว่างให้บริการ และหลังการบริการ ฉะนั้นการปลูกฝังและสร้างความพึงพอใจส่งผลต่อประโยชน์ของการวัดความพึงพอใจ โดยในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพโดยภาพรวมทั่วไป

## 2.4 แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพ

ในส่วนนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดและงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ โดยเนื้อหาบางส่วนจะนำมาเป็นกรอบแนวคิดในเรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพแนวมุสลิมธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทยและในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความเป็นมาของการพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพและองค์ประกอบพื้นฐาน

### 2.4.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ

สปาหรือ SPA มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “Sanus per Aqua” หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (health through water) จัดเป็นการดูแลสุขภาพด้วยการใช้น้ำบำบัด เช่น

อาบน้ำในบ่อน้ำพุร้อนแช่ตัวในน้ำแร่ แช่น้ำนม อบตัว อบผิวด้วยไอน้ำ บำรุงผิวด้วยผลิตภัณฑ์นานาชนิด เป็นต้น (ขจรฉัตต์ มารินทร์วิมล, 2548)

แนวคิดเพื่อสุขภาพ นอกจากจะเป็นกิจกรรมการบำบัดสุขภาพด้วยน้ำแล้ว ยังประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านโภชนาการ การออกกำลังกายและความสวยงาม เป้าหมายของกิจกรรมเหล่านี้ คือ การมุ่งสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไป โดยกิจกรรมแนวคิดเพื่อสุขภาพมีองค์ประกอบที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 ดังนี้ (จรินทร์พร ตันติกิจศิริวงศ์, 2546)

1. รูป จากสถานที่ซึ่งมีการสร้างบรรยากาศให้มึนร้อนสงบรู้สึกผ่อนคลายด้วยความสดชื่นจากธรรมชาติ เช่น บ่อน้ำพุร้อน มุมสงบของทะเล ป่าเขา หรือการตกแต่งสถานบริการสปา ด้วยสีส้ม ของแมกไม้บานาพันธุ์

2. รส จากอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณสมบัติช่วยขับสารพิษในร่างกาย และเสริมสร้างสุขภาพควบคู่กันไปด้วยศาสตร์แห่งโภชนาการ

3. กลิ่น จากการบำบัดด้วยพฤษาธรรมชาติหรือสมุนไพร เพื่อสร้างความสมดุลของร่างกายจิตใจและวิญญาณ

4. เสียง จากการนำเสียงเพลงบรรเลงมาช่วยในการผ่อนคลาย เปิดโอกาสให้คนหลบเสียงจากเสียงรบกวน มาแสวงหาความสงบในสถานบริการสปาโดยมีความเชื่อกันว่าเสียงมีพลังในการบำบัดโรค

5. สัมผัสจากการบำบัดด้วยการนวดเพื่อผ่อนคลายโดยนำภูมิปัญญาตะวันตกมาผสานกับการนวดแผนโบราณของแต่ละท้องถิ่นได้

#### 2.4.2 แนวโน้มธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทย

ปัจจุบันธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพกำลังมีความนิยมสูงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ เนื่องจากผู้คนมีวิถีการทำงานและความเป็นอยู่ที่ก่อให้เกิดความเครียดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำงานอย่างแออัดตามเมืองใหญ่ก็จะต้องมีการแข่งขันในหน้าที่การงานล้วนเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเครียดทั้งสิ้นเป็นเหตุให้ผู้คนเริ่มหันกลับมาสนใจดูแลสุขภาพตนเองหาวิธีผ่อนคลาย โดยอยู่ใกล้ชิดธรรมชาติเห็นความสำคัญของธรรมชาติบำบัด ในช่วง 3-4 ปี ที่ผ่านมาจึงได้เห็นธุรกิจความงามและธรรมชาติบำบัด ได้รับความนิยมเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันนี้ความนิยมที่มีในธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมไปทั่วโลกมีจำนวนผู้ใช้บริการที่สูงขึ้นมากในแต่ละปีและจำนวนผู้ให้บริการก็มีเพิ่มขึ้นตามความต้องการของลูกค้าที่มีมากขึ้น ซึ่งในแต่ละแห่งได้มีการปรับปรุงรูปแบบให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าของตน อาทิ เช่น ผู้สูงอายุจะสนใจบริการด้าน

สุขภาพเป็นหลัก ส่วนวัยรุ่น และ วัยกลางคนจะสนใจบริการเพื่อการผ่อนคลายและเสริมความงาม เป็นต้น (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด, 2546)

ในประเทศไทยนี้มีผู้ประกอบการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพเป็นจำนวนมากด้วยประเภทและวิธีบริการที่หลากหลายแตกต่างกันแต่สำหรับนวดเพื่อสุขภาพที่เป็นที่นิยมมากและมีการขยายตัวสูงเนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูงเหมือนธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพประเภทอื่นอีกทั้งระยะเวลาการให้บริการก็ไม่มากและสะดวกต่อผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดการแข่งขันสูงผู้ให้บริการต้องสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่สนใจของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการ บรรยากาศในร้าน การเลือกให้ผลิตภัณฑ์และอื่นๆที่จะสร้างความประทับใจลูกค้ามาใช้บริการ

#### 2.4.3 แนวโน้มธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในเวลา 10 ปี ที่ผ่านมา อำเภอหัวหิน ชะอำ และปราณบุรี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอำเภอที่มีการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยอำเภอหัวหินเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงซึ่งจะเห็นได้จากอัตราการนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2553 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวหัวหิน ชะอำ และปราณบุรี ประมาณ 2 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 9,000 ล้านบาท การลงทุนในธุรกิจโรงแรม คอนโดมิเนียม บ้านพักตากอากาศ ร้านอาหาร ร้านช้อปปิ้ง ธุรกิจสุขภาพ ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและความงาม สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังเติบโตต่อไปในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ได้แก่ วัดห้วยมงคล สวนสนประดิพันธ์ เขาเต่า เขาตะเกียบ ปากน้ำปราณ และอุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด เป็นต้น จากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว จึงส่งผลดีต่อจำนวนของผู้เยี่ยมชมในภาพรวมของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในปัจจุบันอำเภอหัวหิน มีธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ นวดไทย นวดเท้า เกิดขึ้นจำนวนมากที่เปิดให้บริการอยู่ทั่วไป ทั้งที่ตั้งอยู่ตามริมทางและในโรงแรมที่มีบริการนวดเพื่อสุขภาพให้กับลูกค้าที่เข้าพัก การแข่งขันในธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพค่อนข้างสูงประกอบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้การนวดเพื่อสุขภาพแต่ละแห่งมีจำนวนผู้เข้าใช้บริการน้อยลง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งเป็นชาวต่างชาติมีจำนวนลดน้อยลง และรูปแบบการให้บริการที่นำเสนอไม่นั้นไม่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าชาวไทยจึงทำให้มีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งต้องเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่นๆที่ได้ผลตอบแทนที่สูงกว่า แต่สำหรับธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในโรงแรมนั้นอาจได้ผลกระทบทางเศรษฐกิจไม่มากนักเพราะการนวดเพื่อสุขภาพเป็นเพียงธุรกิจเสริมอย่างหนึ่งของโรงแรมเท่านั้น

เมื่อพิจารณาลักษณะของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในอำเภอหัวหิน พบว่าเป็นบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวต่างชาติเป็นหลัก ประกอบกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพที่จำเป็นต้องมี คือ องค์ประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ สถานที่ตั้ง รูปแบบการให้บริการที่ดี และ

ราคาที่เหมาะสมสามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น ถ้าหากผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ พิจารณองค์ประกอบทางด้านความคุ้มค่าความเป็นไปได้ต่อการดำเนิน กลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มชาวต่างชาติพลัดถิ่นที่มาอาศัยในหัวหินและเน้นการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพก็จะสามารถดำเนินธุรกิจจนวัดเพื่อ สุขภาพต่อไปได้

1) เกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กระทรวงสาธารณสุข

2) ตราสัญลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ที่สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะได้รับเมื่อผ่าน เกณฑ์ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๕ คุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ



ภาพที่ 2.17 ตราสัญลักษณ์ Platinum ที่สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพผ่านเกณฑ์ มาตรฐาน ระดับ Platinum



ภาพที่ 2.18 ตราสัญลักษณ์ Gold ที่สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพผ่านเกณฑ์ มาตรฐานระดับ Gold



ภาพที่ 2.19 ตราสัญลักษณ์ระดับ Silver ที่สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพผ่านเกณฑ์ มาตรฐานระดับ Silver

### 3) ความเป็นมาของการพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจบริการนวดเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศและมีแนวโน้มที่สามารถจะพัฒนาธุรกิจนี้ให้พัฒนาขึ้นได้ ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอันได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษาสมาพันธ์สปาไทย สมาคมสปาไทยต่างๆ ที่อยู่ในประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญที่จะมีการพัฒนาคุณภาพของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทยให้สู่ระดับสากล เพื่อนำไปเผยแพร่สนับสนุนให้นานาประเทศทราบถึงคุณภาพที่ได้มาตรฐานของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพเป็นผู้รับผิดชอบโดยเป็นการพัฒนาคุณภาพต่อยอดจากมาตรฐานสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพที่มีอยู่เดิมตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยมาตรฐานของสถานประกอบการผู้ให้บริการหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการพ.ศ.2509 และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 2) การพัฒนาคุณภาพของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพแบ่งการพัฒนาออกเป็นระดับของการพัฒนาได้แก่ระดับ Platinum ระดับ Gold และ ระดับ Silver โดยใช้กลวิธีและกระบวนการในการพัฒนาให้เข้าสู่มาตรฐานของระบบคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลต่อไป

### 4) วิสัยทัศน์

คุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะต้องเป็นที่ยอมรับในด้านบริการและบริหารที่ทัดเทียมระดับมาตรฐานสากล

### 5) วัตถุประสงค์ของการพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

1. เพื่อให้สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพมีการพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2. เป็นตัวบ่งชี้คุณภาพที่สามารถนำมาใช้ในด้านบริการและการบริหารของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

3. สนับสนุนและกระตุ้นให้มีการสื่อสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลวิธีการปฏิบัติที่มีคุณภาพระหว่างสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพแต่ละแห่ง

#### 6) หลักการการพัฒนาคูณภาพ

เกณฑ์การพัฒนาคูณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพเป็นบรรทัดฐานสำคัญของการประเมินตนเองการคัดเลือกผู้ผ่านการประเมินคุณภาพและการให้ข้อมูลป้อนกลับแก่สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพที่สมัครเข้ากระบวนการพัฒนาคูณภาพยิ่งกว่านั้นยังมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันดังต่อไปนี้

1. ช่วยในการปรับปรุงวิธีการดำเนินการความสามารถและผลการดำเนินการของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

2. กระตุ้นให้มีการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลวิธีปฏิบัติที่มีคุณภาพระหว่างสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพต่างๆ

3. เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการการดำเนินการของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพรวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้

#### 7) การพัฒนาคูณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

จะช่วยให้สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพใช้แนวทางบูรณาการในการจัดการผลการดำเนินการซึ่งจะให้ผลดังนี้

1. การส่งมอบคุณค่าที่ดีขึ้นเสมอให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งจะช่วยให้ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

2. การปรับปรุงประสิทธิภาพและความสามารถให้ดีขึ้นในด้านต่างๆ ของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

3. การเรียนรู้ของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพและของบุคลากร

#### 8) ประโยชน์ต่อองค์กร

1. สามารถปรับปรุงประสิทธิผลการดำเนินงาน โดยการประเมินตนเองของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ (Self-Assessment) ทำให้มีการประมวลผลข้อมูลว่าสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพของตนเองมีจุดอ่อนในเรื่องใด ซึ่งสามารถกำหนดวิธีการและเป้าหมายที่ชัดเจนในการแก้ไขเพื่อพัฒนาต่อไป

2. เป็นการยกระดับการบริหารจัดการและบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้มารับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันจะทำให้เป็นที่นิยมชมชอบของผู้มารับบริการและผู้เกี่ยวข้องทั่วไป สามารถสร้างชื่อเสียงและเพิ่มรายได้

3. สามารถส่งมอบคุณค่าที่ดีขึ้นเสมอให้แก่ผู้รับบริการซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

4. สามารถเรียนรู้และเกิดการพัฒนาของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพสู่มาตรฐานสากล

9) การบริหารการพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

การดำเนินงานการพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะมีการประเมินรับรองคุณภาพโดยคณะกรรมการที่ได้มีการแต่งตั้งจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมีหน้าที่กำหนดนโยบายแนวทางการดำเนินงานและประเมินรับรองสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพที่ผ่านการประเมินแล้วว่ามีระบบการบริการและระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพระดับมาตรฐานสากล

10) คณะกรรมการรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพประกอบด้วย

1. อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
2. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือผู้แทน
3. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวหรือผู้แทน
4. เลขานุการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือผู้แทน
5. ประธานสมาพันธ์สปาไทย
6. ผู้แทนจากสถาบันการศึกษา
7. ผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน
8. ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ – เลขานุการ

โดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1. กำหนดนโยบายแนวทางการดำเนินงาน
2. พิจารณาสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพที่ขอตรวจรับรอง
3. รับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ
4. แต่งตั้งคณะกรรมการต่างๆตามความจำเป็น

11) เกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

เกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยมาตรฐานจำนวน 5 ด้านดังนี้

1. มาตรฐานด้านบริการ (Service Quality)
2. มาตรฐานด้านบุคลากร (Skill Staff)
3. มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (Product Tool & Equipment)
4. มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization & Management Quality)
5. มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Ambient)

### มาตรฐานที่ 1 ด้านการบริการ (Service Quality)

วัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบการบริการว่ากิจกรรมบริการนั้นมีการบริการครบถ้วน ถูกต้องมีคุณภาพตามหลักวิชาการตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า

1.1 การให้บริการต่างๆในสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ (บริการหลัก) ซึ่งประกอบด้วยบริการหลัก 4 ประเภท คือ การใช้น้ำนวด หรือ สัมผัส การใช้ความร้อน การใช้ความเย็น

1.1.1 การให้บริการการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ (Hydrotherapy treatments) คือการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบสำคัญประกอบด้วย

1. การบริการโดยการแช่ตัวใน Pool/Tub/Jacuzzi การอาบน้ำ (Bath) การแช่เท้า (Foot Bath)
2. การบริการโดยใช้แรงดันของน้ำ เช่น การบริการแบบ Effusion Shower หรือ Vichy Showers การบริการแบบ Jet blitz (douche a jet /Scottish hose) การบริการแบบ Experience Shower
3. การบริการเทคนิคการลอยตัว (Flotation)
4. การบริการโดยใช้ศาสตร์ของวาริบำบัดขั้นสูง เช่น (advanced water therapies) บริการการออกกำลังกายแบบ Watsu การออกกำลังกายในน้ำ (water exercise) Aichi การรวมการออกกำลังกาย และ Relaxation ในน้ำ และอื่นๆ

1.1.2 การให้บริการโดยการนวด (Massage) เพื่อการผ่อนคลายประกอบด้วย

1. การนวดแบบไทย เช่น การนวดไทยแบบเชลยศักดิ์ การนวดไทยแบบราชสำนักการนวดไทยใช้การประคบร้อนประคบเย็น หรือ การประคบด้วยสมุนไพร
2. การนวดแบบตะวันออก เช่น การนวดแบบอายุรเวช (Ayurveda Massage) การนวดแบบจีน (Tuina) การนวดกดจุดแบบญี่ปุ่น (Shiatsu) การนวดแบบบาห์ลี (Javanese Lulur) การนวดเพื่อช่วยการไหลเวียนของน้ำเหลือง (Lymphatic Drainage) การนวดกดจุด (Reflexology) และอื่นๆ

3. การนวดแบบตะวันตก เช่น การนวดแบบสுகนธบำบัด (Aromatherapy Massage) การนวดแบบ Swedish, Sport, Turkish, Deep Tissue Massage การนวดหินร้อน (hot stone Massage) LomiLomi เป็นต้น

1.1.3 การบริการที่ใช้ความร้อน คือ บริการนวดที่ก่อให้เกิดความรู้สึกต่อร่างกาย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิรอบข้าง เช่น

1. การอบไอน้ำ (Steam) เช่น การอบสมุนไพร (Aromatic Herbal Steam), Caldarium, Hamman, Cabinet และ Roman เป็นต้น

2. การให้ความร้อนอื่นๆ (Dry Heat) เช่น อบซาวน่า (Sauna) การพันร้อนผ้าห่มร้อน การใช้อินฟราเรด เป็นต้น

1.1.4 การบริการที่ใช้ความเย็น (Cold) คือ บริการนวดที่ใช้ความเย็นจัดหรือวัตถุแช่แข็งที่ก่อให้เกิดการหดตัวของหลอดเลือด (Vasoconstriction) บริเวณผิวหนังและกล้ามเนื้อทำให้เกิดการหดตัว เช่น Cryotherapy, Ice Fountain และ Ice Room เป็นต้น

#### 1.2 การให้บริการเสริมอื่นๆ

1. การบริการ Body Treatment การทำความสะอาดผิว การสμανผิว การขัดผิว การพอกผิว การพันตัว

2. การบริการ Facial Treatment การทำความสะอาดผิว การปรับสภาพผิว การขัดผิวการพอกหน้า การนวดหน้า

3. การบริการที่ใช้ศาสตร์และเทคนิคต่างๆที่ทำให้เกิดการผ่อนคลาย เช่น Sound therapy, Color therapy, Meditation, Yoga, Oxygen therapy, ฤๅษีตัดตน ตอกเส้น เป็นต้น

4. การบริการด้วยอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและให้คำแนะนำเกี่ยวกับสรรพคุณ

5. การขจัดสารพิษ (Detoxification) ยกเว้น การสวนลำไส้ใหญ่

6. การบริการเพื่อสุขภาพอื่นๆ เช่น การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

#### 1.3 กระบวนการให้บริการ

1. มีเมนูในการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพต้องมีการกำหนดรายละเอียด เวลาที่ใช้ และราคาที่ใช้บริการที่ชัดเจนของแต่ละเมนูเป็นภาษาไทยด้วย

2. มีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละเมนูบริการ

3. มีเอกสารแสดงขั้นตอนของการบริการในแต่ละเมนูชัดเจน (Treatment Manual) พนักงานสามารถปฏิบัติได้

4. มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าระหว่างการรับบริการ

5. มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าและมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ
6. มีระบบการนัดหมายลูกค้า การยกเลิกการนัดหมาย และการชำระค่าบริการ
7. มีสินค้าทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ขนาด ของใช้ และ ของที่ระลึกไว้บริการจำหน่ายให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ
8. มีบริการด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูล
9. มีการประเมินมาตรฐานผู้ให้บริการหลังการบริการ

## มาตรฐานที่ 2 ด้านบุคลากร (Skill Staff)

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความรู้ความสามารถของบุคลากรในสถานประกอบการนวด เพื่อสุขภาพว่ามีคุณสมบัติที่จะบริการลูกค้าได้อย่างปลอดภัยและประทับใจ

2.1 ผู้ดำเนินการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ โดยผู้ดำเนินการต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมจากเกณฑ์มาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ดังนี้

1. สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
2. เป็นผู้นำและสร้างแรงจูงใจและรับผิดชอบพฤติกรรมต่อพนักงานในการทำให้การบริการมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
3. มีการปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้ารับข้อเสนอแนะต่างๆเกี่ยวกับการทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านนวดเพื่อสุขภาพ
4. มีความสามารถในการทำการตลาดบริการนวดเพื่อสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. มีจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างดีที่สุด
6. มีความสามารถวางแผนการดำเนินงานในสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพทุกๆเรื่องอย่างมีคุณภาพ
7. สามารถจัดสภาพและดูแลสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าทุกคนเกิดความประทับใจ
8. สามารถทำงานร่วมกับแผนกอื่นๆในสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพได้ดี

2.2 ผู้ให้บริการในนวดเพื่อสุขภาพ ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. ผู้ให้บริการต้องผ่านการอบรมความรู้เฉพาะด้านของการบริการในแต่ละประเภท ให้บริการมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานผู้ให้บริการของกระทรวงสาธารณสุข

2. สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ดีและพูดภาษาต่างประเทศได้น้อย 1 ภาษา

3. เป็นผู้รับผิดชอบการบริการลูกค้าในการทำทรีทเมนต์และให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ

4. เป็นผู้มีการให้บริการลูกค้าที่สุภาพอ่อนน้อมสนใจและเอาใจใส่

5. มีความสามารถในการดูแลรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอุปกรณ์ผลิตภัณฑ์ในห้องทรีทเมนต์ให้ครบพร้อมให้บริการตลอดเวลา

6. สนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ

7. ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกของสถานประกอบการสม่ำเสมอ

2.3 พนักงานต้อนรับ (Spa Receptionist / Guest Relations Officer) ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ต้องเป็นผู้ที่มีวุฒิการศึกษาขั้นต่ำระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

2. สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดีและพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1

ภาษา

3. สามารถให้การต้อนรับและบริการลูกค้าทุกเรื่องทุกคนด้วยกิริยาที่สุภาพอ่อนน้อมและประทับใจ

4. สนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ

5. มีความสามารถในการให้ข้อมูลทุกเรื่อง

6. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือฉุกเฉินได้

**มาตรฐานที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (Tool and Equipment)**

วัตถุประสงค์ เพื่อให้สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจัดหาผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ดีมีคุณภาพไว้สำหรับบริการผู้มารับบริการ

3.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องไม่มีการโฆษณาคุณภาพเป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริงอันอาจทำให้หลงเชื่อหรือสำคัญผิดในคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

3.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องได้มาตรฐานตามเกณฑ์ การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือกฎหมายกำหนดหรือระบุแหล่งผลิตที่ชัดเจนสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและนำเข้าจากต่างประเทศจะต้องมีหนังสือรับรองผู้ผลิต (Certificate of Manufacturer) หรือหนังสือรับรองการขาย (Certificate of Free Sale)

3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายโดยสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพเป็นผู้ผลิตต้องมีกระบวนการควบคุมคุณภาพ

3.4 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีคุณภาพปลอดภัย และมีหลักประกันแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ กรณีเกิดปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ (Product Liability)

3.5 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีฉลาก ที่มีรายละเอียดถูกต้องครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด

3.6 มีระบบการควบคุมปริมาณสำรองของผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัจจุบัน โดยอาจจะเป็นในรูปแบบ Computerized หรือ Manual

3.7 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องได้รับการบรรจุอยู่ในภาชนะที่ถูกต้องเหมาะสมมีการจัดเก็บอย่างถูกต้องเหมาะสมและการจัดการควบคุมสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์

3.8 อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการนวดเพื่อสุขภาพมีมาตรฐานรับรอง และมีคู่มือการใช้งานทุกรายการ

3.9 มีการดูแลรักษาความสะอาดในส่วนของเครื่องมืออุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องสม่ำเสมอตามมาตรฐานและให้อยู่ในสภาพปลอดภัยพร้อมใช้งานมีผู้มีความรู้ดูแลและให้ข้อมูลทีมงานในการเก็บและนำไปใช้

#### **มาตรฐานที่ 4 ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization & Management Quality)**

วัตถุประสงค์ เพื่อให้สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพตระหนักถึงความสำคัญและมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง

1. มีแผนผังองค์กรที่เหมาะสมและมีการจัดแบ่งภาระหน้าที่พนักงาน (Job descriptions) ที่ชัดเจนตามตำแหน่งงาน

2. มีสายงานการบังคับบัญชาชัดเจนและส่งเสริมให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

3. มีระบบการว่าจ้างและผลตอบแทนชัดเจน โปร่งใสถูกต้องตามกฎหมายแรงงานไทย

4. มีระบบการพัฒนาบุคลากร (Human Resource Development Plans) ที่ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจ

4.1 มีระบบการฝึกอบรมที่เหมาะสมและเกี่ยวข้องกับสภาพธุรกิจขององค์กรและครอบคลุมทุกตำแหน่งงาน

4.2 มีระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานสม่ำเสมอครอบคลุมทุกตำแหน่งด้วยความโปร่งใสและมีคุณภาพ

5. มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (Manual of Operation) เพื่อรักษามาตรฐานการบริการและการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

5.1 มีคู่มือการปฏิบัติงานของพนักงานขององค์กร เช่น Spa Employee

Handbook, Human Resource Management Handbook, House Keeping + Spa Presentation Handbook and others เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสถานประกอบการ

5.2 มีระบบการควบคุมการบริการนวดเพื่อสุขภาพที่ทันสมัย (Operation Systems) ครอบคลุมทุกขั้นตอนของงานบริการเพื่อให้เกิดความประทับใจและสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงาน

6. มีระบบการจัดทำงบประมาณรายปีและมาตรการติดตามประเมินผลการประกอบการที่ได้มาตรฐานสากลและมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน (marketing plan) ปฏิบัติได้จริง

7. มีระบบควบคุมวัสดุใช้งานทรัพย์สิน สินค้าขององค์กร (Inventory control system) และมีการกำหนดมาตรฐานของวัสดุสิ้นเปลืองที่ชัดเจน (Perishable goods) เพื่อควบคุมการจัดซื้อทดแทนและประเมินค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

8. การดำเนินธุรกิจขององค์กรอย่างโปร่งใสโดยมีจริยธรรม จรรยาบรรณ ชรรมาภิบาล และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

#### **มาตรฐานที่ 5 ด้านสถานที่ บรรยากาศ และ สิ่งแวดล้อม (Ambient and Environment)**

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประทับใจในสถานที่บรรยากาศและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

##### 5.1 สถานที่และสภาพแวดล้อม

1. การตกแต่งสถานที่ต้องมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยและความเป็นธรรมชาติ
2. บริเวณต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจนไม่รบกวนผู้รับบริการ
3. สภาพแวดล้อมที่ดีไม่แออัดและปราศจากมลภาวะต่างๆ
4. การเข้าถึงจุดต่างๆของการให้บริการอย่างสะดวก
5. มีแผนผังแสดงจุดต่างๆของสถานประกอบการแสดงไว้อย่างชัดเจน
6. สถานที่มีความสะอาดและมีระบบดูแลรักษาที่ดีอย่างสม่ำเสมอ
7. มีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสมเพียงพอตามบริเวณจุดที่ให้บริการ
8. มีการจัดบรรยากาศด้วยกลิ่นที่เหมาะสม
9. ดนตรีหรือเพลงที่ใช้เหมาะสมฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลายตามลักษณะของจุดที่

ให้บริการ

10. มีความปลอดภัยและมีระบบแจ้งเตือน

##### 5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก

1. มีตู้ล็อกเกอร์หรือตู้เซฟให้ลูกค้าจัดเก็บทรัพย์สินมีค่าที่ปลอดภัย
2. มีบริเวณพักผ่อน (Relaxation Area)

3. มีบริเวณบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Restaurant)
4. มีบริเวณให้อ่านหนังสือ (Reading Area)
5. มีบริเวณให้คำปรึกษา (Consultation Area)
6. มีบริเวณทำสมาธิ (Meditation Area)

### 5.3 การอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อม

1. มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม
2. มีมาตรการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน
3. มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพและมีการจัดการน้ำเสีย
4. การลดปริมาณของเสียและคัดแยกขยะมูลฝอย

ระดับคุณภาพของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพแบ่งออกเป็น 3 ระดับ

1. ระดับ Platinum จะต้องผ่านเกณฑ์ 90 %
2. ระดับ Gold จะต้องผ่านเกณฑ์ 80 %
3. ระดับ Silver จะต้องผ่านเกณฑ์ 70 %

และมาตรฐานทั้ง 5 ด้าน จะต้องผ่านเกณฑ์ 50 % คุณสมบัติเบื้องต้นของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพที่ต้องการขอรับรองคุณภาพ

1. สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพต้องได้ใบรับรองมาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยมาตรฐานของสถานประกอบการผู้ให้บริการหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการพ.ศ. 2509

2. ดำเนินกิจการหรือก่อตั้งโดยถูกต้องตามกฎหมายทุกประเภท

ประเภทของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. ประเภทแบบมีที่พัก
2. ประเภทแบบไม่มีที่พัก

วิธีการรับสมัคร

ขั้นตอนที่ 1 สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพส่งใบขอรับรองคุณสมบัติเบื้องต้นและเอกสารการประกอบรายงานวิธีการและพร้อมทั้งผลงานและแบบประเมินตนเองไปยังสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพได้รับการพิจารณาเอกสารและข้อมูลที่น่าเสนอจากคณะกรรมการรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะต้องเตรียม

ความพร้อมทางด้านข้อมูลเอกสารบุคลากรสถานที่ตามที่เสนอไป เพื่อให้คณะกรรมการตรวจเยี่ยม  
ตรวจประเมินสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพสถานที่จริง

#### วิธีการกรอกใบสมัคร

1. ผู้กรอกใบสมัครต้องเป็นเจ้าของผู้ประกอบการนวดเพื่อสุขภาพหรือผู้ได้รับมอบ  
อำนาจ

2. เอกสารที่กรอกต้องมีรายละเอียดครบถ้วนถูกต้องตามใบสมัคร

3. เอกสารการเขียนรายงานต้องครบทุกชั้นตอนและดำเนินการจัดส่งจำนวน 1 ชุด เพื่อ  
เข้าคณะกรรมการพิจารณา

#### การเขียนรายงานวิธีการและผลการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ตรวจประเมินจะได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการจัดการและผลลัพธ์  
จากกระบวนการทำงานต่างๆของสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพอย่างถูกต้องครบถ้วน  
การเตรียมตัวเพื่อการตรวจประเมิน (Site visit Review)

1. สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพต้องจัดเตรียมบุคลากรเตรียมสถานที่ที่ปลอดภัย  
ผู้รับบริการในเวลาของการตรวจประเมินคุณภาพ (ประมาณ 2-3 ชั่วโมง)

2. ตรวจสอบเอกสารข้อมูลหลักฐานในการปฏิบัติงานและบุคลากรซึ่งทุกอย่างต้องมีการ  
เตรียมพร้อมอย่างถูกต้องและชัดเจนสำหรับการตรวจประเมินคุณภาพ

3. ในระหว่างทำการตรวจประเมินคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพต้อง  
อำนวยความสะดวกและตอบข้อซักถามให้กับผู้ตรวจประเมิน

#### ผู้ตรวจประเมิน

ผู้ตรวจประเมินต้องทำความเข้าใจเกณฑ์ในการประเมินและตรวจสอบความถูกต้องของ  
หลักฐาน / เอกสารข้อมูลที่ระบุไว้ในรายงานการประเมินตนเองโดยวิธีการตรวจสอบความเป็นจริง  
การสังเกตการสัมภาษณ์ผู้บริหารและบุคลากรในสถานประกอบการ

#### ระยะเวลาของการรับรองคุณภาพ

การรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพจะมีอายุของการรับรองเป็นเวลา  
3 ปี ที่สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพสามารถใช้ตราสัญลักษณ์ที่มอบให้

#### การรักษาความลับ

ผู้รับผิดชอบและเกี่ยวข้องในเรื่องของการรับรองคุณภาพสถานประกอบการนวดเพื่อ  
สุขภาพทุกคนจะจัดระบบเก็บข้อมูลและรักษาความลับเอกสารที่ได้จากสถานประกอบการนวดเพื่อ  
สุขภาพและที่สัมภาษณ์อย่างเข้มงวดที่สุด การเผยแพร่ข้อมูลหรือแจกจ่ายเอกสารต้องได้รับความ  
ยินยอมจากสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพนั้นก่อน

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับนวดเพื่อสุขภาพ

ประเภทของธุรกิจสปา นวดเพื่อสุขภาพ

องค์กรสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association: ISPA-Europe) ซึ่งจัดตั้งขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสปาได้ให้คำจำกัดความของสปาว่า “สปา คือ ช่วงเวลาแห่งความรู้สึกสัมผัสที่เกี่ยวกับการผ่อนคลาย ความสงบทางจิตใจ การฟื้นฟูสุขภาพ และความเพลิดเพลินใจ” และได้แบ่งธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพออกเป็น 7 ประเภท (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2546) ดังนี้

1. Destination spa: สถานบริการที่ให้บริการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยเฉพาะ โดยมีบริการห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร ซึ่งผู้ใช้บริการจะต้องเข้าพักและเข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โปรแกรมที่สถานบริการได้จัดเตรียมไว้ เช่น โปรแกรมพักผ่อนคลายเครียด โปรแกรมทำสมาธิดูแลสุขภาพจิต เป็นต้น

2. Resort/Hotel spa: สถานบริการที่อยู่ในรีสอร์ทหรือโรงแรม ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่พักผ่อนตากอากาศ ในทำเลที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ริมทะเล ภูเขา บ่อน้ำร้อน สปาประเภทนี้เกิดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด ด้วยบริการสปา นอกเหนือจากการใช้บริการห้องพัก

3. Day spa หรือ city spa: สถานบริการที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนการบริการ ไม่ยุ่งยาก สามารถใช้บริการได้ในระหว่างวัน จึงไม่จำเป็นต้องมีห้องพักไว้บริการที่ตั้งของสถานบริการสปาประเภทนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองใหญ่ๆ หรือ ย่านธุรกิจสำคัญๆ ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเน้นการให้บริการเสริมความงาม การผ่อนคลาย ความตึงเครียด ด้วยน้ำมันหอมระเหยเป็นบริการสปาที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเวลาน้อย

4. Medical spa: สถานบริการที่มีการบำบัดรักษาควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์และเครื่องมือแพทย์บางอย่าง การให้บริการจะอยู่ภายใต้การดูแลของบุคลากรทางการแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ สปาประเภทนี้มักอยู่ในสถานรักษาพยาบาล เช่น โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น

5. Mineral spring spa: การให้บริการสปาตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นบ่อน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ

6. Club spa: การให้บริการสปาที่มีการผสมผสานกับการออกกำลังกาย เพื่อบริการสมาชิกที่ต้องการการผ่อนคลายหลังจากออกกำลังกาย

7. Cruise ship: เป็นการให้บริการสปาบนเรือสำราญผสมผสานกับการออกกำลังกายและการจัดเตรียมอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพกายเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสบาย ผ่อนคลายในระหว่างการเดินทาง

รูปแบบการบริการนวดเพื่อสุขภาพมีทั้งหมด 12 แบบ ดังนี้

1. การนวดร่างกาย (Body Massage) เป็นทางเลือกยอดนิยมของการทำสปาช่วยให้ร่างกายผ่อนคลายได้ดีเยี่ยม โดยสปาแต่ละแห่งจะมีรูปแบบการนวดต่างกันไปขึ้นอยู่กับ การนำเอาความโดดเด่นของการนวดแบบใดมาผสมผสานให้เป็นเอกลักษณ์ของสปาแต่ละแห่งแต่หลักๆ มี ๒ ประเภท คือ นวดแผนไทย กับ นวดบำบัดโรมา รวมไปถึงการนวดของชนชาติอื่น เช่น การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) เป็นต้น เป็นการนวดเพื่อผ่อนคลายและกระตุ้นระบบการหมุนเวียนของโลหิตที่ผิวหนังโดยใช้เทคนิคการลูบไล้ไปตามกล้ามเนื้อ การลูบ การเคาะ เพื่อกระตุ้นระบบประสาท และการเขย่าอย่างเป็นจังหวะ ปัจจุบันมีการนำฤกษ์บำบัดเข้ามาใช้ประกอบในการนวดด้วย เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความผ่อนคลายทั้งร่างกาย จิตใจและอารมณ์บางแห่งมีคอร์สนวด กระชับไขมันส่วนเกินด้วยการนวดทุกแบบมีผลดีต่อสุขภาพมากน้อยต่างกัน การนวดได้รับความนิยมอย่างสูงในเมืองไทย โดยเฉพาะนวดแผนไทย จัดเป็นทริตเมนต์ที่มีประจำสปาทุกแห่ง มีชื่อเสียงระดับโลก เพราะมีทั้งความนุ่มนวลเพื่อผ่อนคลายมีทั้งความหนักแน่นเพื่อการรักษาและยังมีการประคบด้วยสมุนไพรไทย สามารถนวดเพื่อผ่อนคลายรักษาเฉพาะจุดได้ เช่น การนวดเท้า นวดไหล่ นวดเท้า นวดไขสันหลัง เพื่อกระตุ้นประสาท เป็นต้น

2. อบชาน้ำ หรือ อบสมุนไพร (Aroma Steam / Herbal Steam) เป็นการกระตุ้นร่างกายด้วยความร้อนเพื่อให้รูขุมขนในร่างกายเปิดกว้างพร้อมที่จะขับสารพิษออกมากับเหงื่อวิธีการนี้ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะขั้นตอนง่ายไม่ซับซ้อนทำเองโดยไม่ต้องพึ่งพาพนักงานก็ได้ขอแค่ให้มีอุปกรณ์เครื่องชาน้ำก็ใช้ได้

3. สครับ (Scrub) คือ การกระตุ้นระบบการหมุนเวียนของเลือดด้วยการขัดผิวด้วยพืชพรรณจากธรรมชาติ เช่น พืชสมุนไพรต่างๆ รวมทั้ง การใช้เกลือทะเล สาหร่ายฟองน้ำเพื่อขจัดเซลล์ผิวหนังที่เสื่อมสภาพให้หลุดออกไป เซลล์ผิวใหม่จะไ้ขึ้นมาทดแทนเป็นการเติมสารอาหารให้ผิวด้วยวิธีสครับนี้จะช่วยให้สุขภาพผิวดีขึ้น ผิวเนียน นุ่ม เรียบ และ สีผิวสม่ำเสมอยิ่งขึ้น การขัดผิวสามารถใช้สมุนไพรขัดหรือใช้ครีมขัดแต่ในบางกรณีการใช้สมุนไพรขัดนั้นอาจทำให้เกิดอาการแพ้หรือมีปัญหาเรื่องของความแห้งของผิวตามมาได้ซึ่งต่างจากการใช้ครีมขัดเพราะในครีมขัดนั้นจะมีตัวเนื้อครีมที่ช่วยให้ความลื่นในการถูหรือขัด เม็ดของครีมจะทำให้อ่อนนุ่มลดแรงการเสียดสีกับผิวหนังซึ่งจะป้องกันการอักเสบและการแพ้ของผิวหนังได้

ชาเขียวเหมาะสำหรับการลดริ้วรอย

กาแฟเหมาะสำหรับการขัดสารพิษ

งาดำเหมาะสำหรับคนผิวแห้งและการบำรุงผิว

ผลไม้รสเปรี้ยวเหมาะกับการผลัดผิว บำรุงผิว

4. การห่อร่างกาย (Body Wrap) ห่อลำตัว และ แขน ขา คล้ายการห่อทารกแรกเกิดด้วยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่มีสรรพคุณพิเศษ อาจจะเป็นสาหร่ายทะเล (Seaweed Mask) หรือโคลนทะเล สมุนไพรบางชนิดแล้วอาจห่อด้วยผ้าห่มชุบน้ำร้อนหรือผ้าห่มชุบน้ำเย็นนาน 20-30 นาที ขั้นตอนนี้ช่วยให้ร่างกายมีอุณหภูมิสูงขึ้นอย่างคงที่ รูขุมขนเปิดกว้างเพื่อขับของเสียออกจากร่างกาย ฟันฟูสภาพผิวและยังช่วยในเรื่องการผ่อนคลายอย่างลึกซึ้ง ทำให้ร่างกายสงบบรรเทาอาการปวดเมื่อย กล้ามเนื้อ และข้อต่ออักเสบ

5. วารีบำบัด หรือ การบำบัดด้วยน้ำ (Hydro Therapy) มีรูปแบบแตกต่างกันไป ตั้งแต่การแช่ตัวในน้ำ การอบตัว การห่อตัว การประคบ การสูดดม การใช้น้ำร้อนจัดสลับเย็นจัด การฉีดน้ำ การรดน้ำ และ ว่ายน้ำ

สปาบางแห่งอาจให้นอนแช่ในอ่างที่ผสมน้ำมันระเหย น้ำมันหอมระเหยให้ประโยชน์จากการซึมซาบเข้าผิวหนังและการสูดดม ให้ความสดชื่นผ่อนคลาย ช่วยกระตุ้นการหมุนเวียนเลือดและบำบัดอาการผิดปกติบางอย่างตามสรรพคุณของชนิดน้ำมันหอมระเหย

บางแห่งให้นอนแช่ในอ่างที่โรยด้วยกลีบดอกไม้ (Floral Bath) แล้วหยดน้ำมันหอมระเหยกับเกลือแร่ลงไปผสม วิธีแช่ตัวแบบนี้จะช่วยให้จิตใจผ่อนคลายได้ดี สรรพคุณขึ้นกับน้ำมันหอมระเหยที่ใช้ควรแช่ตามเวลาที่กำหนด เช่น 10-30 นาที เป็นต้น ระวังการแพ้ น้ำมันบางชนิดและเมื่อไม่สบายไม่ควรแช่

การอาบน้ำที่เรียกว่า (Swiss Shower) คือ ยืนอาบน้ำร้อนสลับกับน้ำเย็นที่พุ่งออกมาจากฝักบัวพร้อมกัน 8-10 จุด ทั่วร่างกายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนของโลหิต น้ำเย็นทำให้หลอดเลือดหดตัวส่วนน้ำร้อนทำให้หลอดเลือดขยายตัว การยืดหดของหลอดเลือดจะกระตุ้นการทำงานของอวัยวะภายในด้วย

การอาบน้ำแบบ (Vichy Shower) เป็นการบำบัดด้วยแรงดันน้ำอาจใช้ฝักบัวหลายอันเรียงในแนวตรงตามความยาวของร่างกาย โดยอาจให้นอนคว่ำลงมีแรงดันของน้ำที่พุ่งออกมากระทบแผ่นหลังและท่อนขาอย่างครอบคลุมนาน 15-20 นาที ช่วยเปิดรูขุมขนเพื่อให้สมุนไพรต่างๆ ที่นำมาพอกตัวภายหลังสามารถซึมเข้าสู่ผิวหนังชั้นในได้ดีขึ้นช่วยคลายเครียดและลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อด้วย

6. โภชนะบำบัด (Nutrition Therapy) เน้นการกินสารอาหารตามธรรมชาติ หลีกเลียงอาหารแห้งอาหารปรุงแต่ง หรือปนเปื้อนสารเคมี และสารอาหารดัดแปลงมีนั้ก โภชนาการหรือแพทย์ทางเลือกเป็นผู้แนะนำ

7. Exercise Breathing Therapy เป็นวิธีบำบัดที่พบมากในสປายุคพัฒนา ซึ่งมีการออกกำลังกายหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งแบบแอโรบิกและยืดเส้นยืดสาย เช่น โยคะ ไทเก๊ก ซึ่งงออกกำลังกายในน้ำ รำกระบอง ฯลฯ แต่ต้องมีครูฝึกคอยให้คำแนะนำที่ถูกต้อง

8. การฝึกสมาธิ (Meditation) และการฝึกจิต (Autogenic Training) มีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มความรู้จักตัวเองเข้าใจในพฤติกรรมและปัญหาต่างๆของตนเอง เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรืออุปนิสัยที่ไม่ต้องการออกไปและปรับปรุงแก้ไขความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นมีความสุขในสังคมและสิ่งแวดล้อมมีชีวิตอย่างมีความหมายและมีชีวิตชีวามากขึ้นฝึกจิตให้สงบไปถึงระดับจิตใต้สำนึกเพื่อแก้ไขพฤติกรรม เพื่อผ่อนคลายและเพื่อความ สุขความสำเร็จในชีวิตประจำวัน ฝึกสมาธิเพื่อหยุดความคิดและอารมณ์ให้นิ่งกับความสงบไม่ฟุ้งซ่าน ฝึกการปล่อยความคิดนำไปสู่การผ่อนคลายอย่างแท้จริงทั้งยังช่วยลดอัตราการเต้นของหัวใจ ลดความดันโลหิต ลดความเครียด ตลอดจนช่วยหยุดการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็ง ฯลฯ

9. ดนตรีบำบัด (Music Therapy) สປาบางแห่งเน้นการเปิดเพลงที่ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย เพลงคลาสสิก โลกที่มีวลี เพลงไทยเดิม เพลงกลุ่มนี้จะช่วยสร้างจินตภาพเพื่อการผ่อนคลายฟื้นฟูและบำบัดรักษาโรคทำให้เกิดสมาธิ เพราะดนตรีมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย จิตใจ การทำงานของสมองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอัตราการหายใจ อัตราการเต้นของชีพจร ความดันโลหิตการตอบสนองของม่านตา ความตื่นตัวของกล้ามเนื้อ และการไหลเวียนของเลือด จึงมีการนำดนตรีมาประยุกต์ใช้ในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บทั้งร่างกายและจิตใจ

10. วิธีบำบัดที่อาศัยแสงสีคลื่นแสง (Color-Light-Solar Therapy) เพื่อบำบัดฟื้นฟู เช่น พลังออร่า (aura) เป็นต้น ในคนปกติมีพลังออร่าเป็นรัศมีที่ล้อมรอบกายหยาบอยู่ทุกทิศทาง ในลักษณะสามมิติรูปกลมรี รูปไข่ ล้อมรอบร่างกาย 2-3 เมตร ผู้ที่มีประกายพลังออร่าอ่อนพลังภายนอกจะสามารถเข้ามาทักทายได้ง่าย ทำให้สามารถถูกรอบง่าและเหน็ดเหนื่อยได้ง่ายล้มเหลว และเจ็บป่วยบางแห่งใช้การอาบแสงตะวัน (Solar Therapy) ของชาวอินเดีย รวมทั้งการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ด้วยเครื่องมือทันสมัย การบำบัดด้วยรังสีอินฟราเรด ด้วยเครื่องมือทันสมัย ฝักบัวอาบน้ำแสงสี (Color Shower) มีแสงไฟหลากหลายสีส้น เพื่อการบำบัดตามอารมณ์ที่ต้องการผ่อนคลายในขณะที่อาบน้ำเลือกสีได้ตามใจ เช่น สีแดง ช่วยเติมพลังให้แก่ร่างกายและให้ความรู้สึกสดชื่น มีชีวิตชีวา สีเหลือง ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

11. การใช้พลังของหิน หรือคริสตัลจากธรรมชาติ (Crystal-Rock Therapy) เพื่อการผ่อนคลายฟื้นฟู และบำบัด โดยการวิเคราะห์จากธาตุและพฤติกรรมของแต่ละคนแล้วนำมาวางเรียงรายตามจุดฝังเข็มของร่างกาย หรือทำเป็นเครื่องประดับสวมใส่ด้วย นำมาวางไว้ในห้อง หรือวางใกล้ตัว

ก้อนหินหรือคริสตัลเก็บความร้อนไว้ได้นานและเปล่งรังสีอินฟราเรดแบบไม่เรืองแสงทำให้ร้อนสบาย แต่ไม่ระคายเคือง ซึ่งวิธีการนี้ยังต้องมีข้อมูลยืนยันให้มากพอ

12. สมุนไพรบำบัด (Herbal Therapy) เป็นการใช้สมุนไพรที่ให้กลิ่นหอมมาเป็นอาหาร เครื่องดื่ม หรืออาหารเสริมเพื่อสร้างความสดชื่น ลดไขมันในเลือด ลดน้ำตาลในเลือด ลดความดันโลหิต คลายเครียด ช่วยให้ผ่อนคลาย สามารถใช้บำรุงผิวพรรณ เช่น การอบไอน้ำ การแช่ตัว พอกผิว บำรุงผิว เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมมาก

องค์ประกอบพื้นฐานภายในร้านนวดเพื่อสุขภาพ

สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ ควรจัดบรรยากาศให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่จะต้องจำเป็นองค์ประกอบพื้นฐานภายในสปา (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2546) ได้แก่

1. การบำบัดด้วยน้ำ
2. การนวด
3. การบำบัดด้วยการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ
4. ผู้ให้บริการ

จากองค์ประกอบข้างต้นร้านนวดเพื่อสุขภาพ แต่ละแห่งก็จะนำมาแตกรายละเอียดของบริการออกไปตามทักษะ แนวธุรกิจ (business concept) และความสนใจ แต่ละประเทศก็มีเทคนิคและวิธีการดำเนินการที่แตกต่างกันไป ส่วนประเทศไทยเราเป็นชาติแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการบริการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแล และเสริมสร้างสุขภาพโดยบริการหลักที่จัดไว้ ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โภชนา บำบัด และการควบคุมอาหาร โยคะ และการทำสมาธิ การใช้สมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆหรือไม่ก็ได้

ทริตเมนต์พื้นฐานในการให้บริการภายในร้านนวดเพื่อสุขภาพมีมากมาย ได้แก่ (จรรยาพร มรินทร์วิมล, 2548)

1. การบำบัดด้วยน้ำหรือวารีบำบัด (Hydrotherapy) ได้แก่ การอบไอน้ำซาวน่า ห้องสตรีม บ่อน้ำแร่ บ่อน้ำวน ประเภทจากุซซี่ หรืออ่างพิเศษที่ช่วยเพิ่มการหมุนเวียนของโลหิต และการบริการฝ่าเท้า

2. การบำบัดด้วยมือโดยการนวด (Massage) เป็นการสัมผัสที่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายให้กล้ามเนื้อส่วนต่างๆในร่างกาย มีทั้งการนวดแบบแห้ง และการนวดแบบใช้น้ำมันหอมระเหย

3. สุนัขบำบัด (Aromatherapy) เป็นการ ใช้กลิ่น ของพืชพรรณธรรมชาติช่วยคลายเครียด สงบ สดชื่น ผ่านการนวดตัว หรือการจุดกลิ่นน้ำมันหอมระเหยให้สูดดม

4. บริการอื่นที่เกี่ยวข้องรวมถึงการให้บริการด้านความงามสุขภาพขัดผิวพอกหน้า ฯลฯ บริการพื้นฐานภายในร้านนวดเพื่อสุขภาพ ได้แก่ (จรรยาวัตร มารินทร์วิมล, 2548)

1. ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย (Time to relax) สามารถสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่นสร้างสุนทรียภาพ มีสิ่งแวดล้อมที่สะท้อนความรู้สึกลึก เกิดความรู้สึกอบอุ่น ผ่อนคลายต่อผู้ให้บริการ (time to reflect)

2. ทริตเมนต์ต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกได้เติมพลังให้ตัวเอง (Time to revitalize) ให้ความสดชื่นเบิกบานจากองค์ประกอบทั้งหมด เช่น น้ำ กลิ่น บรรยากาศ และ การนวด (time to rejoice)

การทำทริตเมนต์พื้นฐานในร้านนวดเพื่อสุขภาพ

การทำทริตเมนต์พื้นฐานในร้านนวดเพื่อสุขภาพได้แก่ (จรรยาวัตร มารินทร์วิมล, 2548)

#### 1. การนวดบำบัด

1.1 การระบายน้ำเหลืองด้วยการนวด (Manual lymphatic drainage) เป็นเทคนิคการนวดแบบยุโรป จะช่วยให้ร่างกายผ่อนคลาย และช่วยกำจัดของเสียที่สะสมอยู่ตามส่วนต่างๆ ของร่างกายให้ระบายไปยังต่อมน้ำเหลืองและขับออกจากร่างกายในที่สุด

1.2 การนวดแบบสวีดิช (Swedish massage) เป็นการนวดเพื่อการหมุนเวียนโลหิต และการใช้เทคนิคการนวดแบบระบายน้ำเหลืองและสุนัขบำบัดร่วมด้วย เพื่อช่วยให้ร่างกายเกิดความผ่อนคลาย

1.3 การนวดไทย (Thai massage) หรือเรียกอีกอย่างว่า อายูรเวท เป็นการนวดที่สืบต่อกันมาตั้งแต่อดีต โดยเชื่อว่าร่างกายประกอบด้วยสิ่งจากธรรมชาติ คือ ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม และธาตุไฟ ซึ่งหากธาตุใดธาตุหนึ่งผิดปกติไปจะส่งผลให้ธาตุอื่นๆผิดปกติด้วย ทำยที่สุดร่างกายจะเกิดโรคขึ้นมา การนวดจะนวดไปตามเส้นประสาท ซึ่งเป็นแนวเส้นทางเดินของระบบประสาท วิธีการนวดทำได้โดยการกด การบีบ การคลึง การถู เป็นต้น

1.4 การนวดฝ่าเท้า (Reflexology) หรือ โซนเธอราปี (zone therapy) ศาสตร์นี้เชื่อว่าที่ฝ่าเท้าจะมีเขตสะท้อนของอวัยวะต่างๆ เปรียบเสมือนกระจกเงาในร่างกาย ดังนั้น การกดจุดบนฝ่าเท้าจะมีเขตสะท้อนของอวัยวะต่างๆ เปรียบเสมือนกระจกเงาในร่างกาย ดังนั้น การกดจุดบนฝ่าเท้าจะเป็นการกระตุ้นให้อวัยวะต่างๆทำงานได้ดีขึ้น

1.5 ชิอัตสุ (Shiatsu) เป็นศาสตร์การนวดของญี่ปุ่น โดยการกดนิ้วลงบนจุดต่างๆที่เรียกว่า ซูโบ (subo) ไปตามแนวเส้นทางพลังงานที่ถูกปิดกั้นตามแนวคิดแบบ โบราณของญี่ปุ่น

นำมาใช้เพื่อให้การไหลเวียนของพลังงานในร่างกายดีขึ้น การบำบัดจะอาศัยหลักของหยินและหยางควบคู่กันไปด้วย

1.6 การบำบัดด้วยน้ำมันหอมหรือสुकนธบำบัด (Aromatherapy) ใช้บำบัดรักษาโรค โดยการใช้ น้ำมันหอมที่สกัดมาจากธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ ใบไม้ เมล็ด เป็นต้น ซึ่งวิธีการนำสुकนธบำบัดมาประยุกต์ใช้สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การทาผิวหนังโดยตรงและการนวด การสูดดม การอบ การแช่ และการประคบ

## 2. การฝึกจิต

2.1 โยคะ (Yoga) เป็นการนำวิธีการแบบองค์รวมมาใช้ คือ มีการพัฒนาทางสรีระ ความคิด จิตใจ และ จิตวิญญาณ เพื่อให้เกิดสมดุลของร่างกายท่าต่างๆในการฝึกโยคะจะเรียกว่า อาสนะ ซึ่งจะเป็นการทรงตัวเพื่อควบคุมการหายใจ การผ่อนคลาย และการทำสมาธิ

2.2 ชีกง (Qi gong) เป็นการออกกำลังกายของชาวจีนที่ช่วยสร้างความสมดุลของร่างกาย และพลังงานในร่างกาย การฝึกชี่กงเปรียบเสมือนการจัดระเบียบของการหายใจ ความคิด และพลังร่างกายให้ประสานกัน

2.3 เรกิ (Reiki) หรือพลังจักรวาลเป็นการฟื้นฟูพลังชีวิตจากธรรมชาติและสร้างความสมดุลของพลังงานในร่างกาย ที่เรียกว่า กิ

2.4 การบำบัดด้วยน้ำ (Hydrotherapy) เป็นการนำคุณสมบัติของน้ำมาใช้เพื่อการรักษาโรค

วิธีการนี้จะช่วยทำให้ร่างกายกระปรี้กระเปร่า มีความสดชื่น โดยหลักการ คือ การแช่น้ำร้อนสลับกับเย็นจัด ประมาณ 3-5 ครั้ง เพื่อกระตุ้นให้การหมุนเวียนของระบบโลหิตดีขึ้น เพิ่มออกซิเจนให้กับเนื้อเยื่อและเป็นการกำจัดของเสียออกจากร่างกาย

กล่าวโดยสรุป เนื้อหาที่ได้นำเสนอข้างต้นในเรื่องแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับในด้านการบริการนวดเพื่อสุขภาพอาจกล่าวได้ว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะนำเนื้อหาบางส่วนที่สำคัญมาเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาการบริการนวดเพื่อสุขภาพกับนักท่องเที่ยว ซึ่งการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพนั้นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเกิดความเครียดสูง จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องหาวิธีการผ่อนคลายความเครียดและหันเข้ามาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น เพื่อต้องการรักษาสุขภาพ และต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ทำให้การบริการนวดเพื่อสุขภาพนั้นได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการบริการนวดเพื่อสุขภาพกับนักท่องเที่ยว มีต้อนรับลูกค้า การแนะนำผลิตภัณฑ์และการได้รับบริการต่างๆ

เกี่ยวกับการนวดเพื่อสุขภาพ และการดูแลลูกค้าระหว่างได้รับการ ตลอดจนจนถึงการใช้บริการนวด เพื่อสุขภาพเรียบร้อยแล้วเพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องเกิดความประทับใจในการใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับ หัวข้องานวิจัยในครั้งนี้เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยและเพื่อนำผลการวิจัยต่างๆเหล่านี้มา สนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปและ จำแนกเนื้อหาออกเป็น 3 กลุ่มหลักๆ ได้ดังนี้

### 2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ

ชัยรัตน์ จันทรหอม (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะ ทักษะ ทักษะ และปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสปาในกรุงเทพฯ พบว่า ทักษะของกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกสปาช่วยผ่อนคลาย ความเครียดและสปาที่มีสถานบริการที่เป็นแหล่งพักผ่อนตามธรรมชาติ และนิยมที่จะเลือกสปาที่มี ผลดีดีที่เป็นสมุนไพรไทย

จิตระณี สนิท (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องทักษะ ทักษะ และความต้องการใช้ บริการสปาของกำลังพลและครอบครัวในค่ายพัชรินทร์ พบว่า กำลังพลค่ายพัชรินทร์ และ ครอบครัวมีทัศนคติที่ดีต่อประโยชน์ของการใช้บริการสปา ได้แก่ ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง ช่วยผ่อนคลาย ความเครียด ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ช่วยเพิ่มความสวยงาม และรักษาอาการเจ็บป่วย

วิภาพร มหาชัย (2544) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัด เชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ จากการสำรวจพบว่า มีนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศ ชาย มีสถานภาพโสด อายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงระหว่าง 20-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 200,000- 300,000 เยน พฤติกรรมการ เลือกใช้บริการสปาเป็นประจำใช้ 6-10 ครั้ง เหตุผลที่เลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ คือ ช่วยผ่อนคลาย ความเครียด และนิยมนวดแผนไทยมากที่สุด และใช้เวลาในการใช้บริการสปาประมาณ 2 ชั่วโมง

วรงค์ โพธิ์ระค (2548) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปา ในเขตอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษพบว่า ผู้ใช้บริการสปาในเขตอำเภอปาก ช่อง จังหวัด นครราชสีมา เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและรายได้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการธุรกิจสปาอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลผลิตและคุณภาพมีผลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้าน บุคคล ด้านสถานที่ และ ภายนอก ด้านกระบวนการ และ ด้านผลิตภัณฑ์

ธนาญ ภู่วิทยาธร (2549) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอ เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอ

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมา คือ ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ

โสมนัสสา โสมนัส (2549) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวตลอดจนปัจจัยที่มีผลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง 300 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวตลอดจนปัจจัยที่มีผลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติผลการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-50 ปี สาเหตุที่ใช้บริการ คือ เพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดและพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของชาวไทยส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด โดยใช้เวลาานาน 1 ชั่วโมง ช่วงเวลา 14:00 – 16:00 น. ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด โดยใช้เวลาานาน 2-3 ชั่วโมง ใช้บริการช่วงเวลา 14:00 – 16:00 น.ด้านความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยมีความเห็นที่ต่างกัน คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวดและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% 2) ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ การมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ที่มีการบริการเสริมต่างๆ 3) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าตลอดจนพนักงานมีทักษะในการสื่อสาร 4) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน 5) ปัจจัยด้านสถานที่การมีสถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอและปลอดภัยมีการตกแต่งสถานที่อย่างสวยงามสงบเงียบเป็นธรรมชาติ 6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆโดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวส่วนผลการศึกษาด้านความพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพการนวดของหมอนวดมากที่สุด รองลงมา คือ มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุดรองลงมา คือ การต้อนรับของผู้ให้บริการนอกจากนั้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกและจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทยด้วย

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ

พชรพร ติตถะสิริ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อาฆานติ สปา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ อาฆานติ สปา มีความพึงพอใจในภาพรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เนื่องมาจากลูกค้าได้รับการบริการที่ดีมีความประทับใจเป็นอย่างมาก ถ้าพิจารณาในแต่ละด้าน จะพบว่า ผู้ใช้บริการ อาฆานติ สปา มีความพึงพอใจในระดับสูง ยกเว้นรายประเด็นใน 3 ประเด็น คือ ด้านสถานที่ให้บริการ ในประเด็นการเตรียมเครื่องดื่มไว้บริการระหว่างนั่งรอ และด้านการอำนวยความสะดวก ในประเด็นการดูแลของพนักงานและอำนวยความสะดวก ขณะรอรับบริการและในประเด็นการได้รับการแนะนำผลิตภัณฑ์ประเภทการบริการที่เหมาะสม พบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลางผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อาฆานติ สปา จากการศึกษาพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้พฤติกรรมที่ชอบใช้บริการและพฤติกรรมที่เป็นสาเหตุต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการ อาฆานติ สปา มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

กรรณภา ไชยประสิทธิ์ และ จุริยธีรชกุล (2550) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของการนวดฝ่าเท้าด้วยกะลาต่อการบรรเทาอาการเท้าชาและความพึงพอใจต่อการนวดฝ่าเท้าด้วยกะลาของผู้ป่วยเบาหวานที่มารับบริการที่คลินิกเบาหวาน โรงพยาบาลนครราชสีมา-นครินทร์กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ป่วยเบาหวานที่มีอาการเท้าชาที่มารับบริการที่คลินิกเบาหวาน โรงพยาบาลนครราชสีมา-นครินทร์จำนวน 50 คน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการนวดฝ่าเท้าด้วยกะลาซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอน การนวด การอบอุ่นร่างกาย และขั้นตอนการผ่อนคลายของผู้ป่วยจากการศึกษาพบว่า การนวดฝ่าเท้าด้วยกะลาสามารถบรรเทาอาการเท้าชาของกลุ่มตัวอย่างได้ทั้ง 50 คนทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 100

กัญญิกา อาธิดากร (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริการนวดแผนไทยและระดับความพึงพอใจของผู้บริการนวดแผนไทยของสถานบริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริการนวดแผนไทยของสถานบริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลกลุ่มตัวอย่าง คือ สถานบริการนวดแผนไทยจำนวน 20 แห่ง ผู้บริการอย่างละ 20 ท่านจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลจากการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมของผู้บริการนวดแผนไทยมีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาผลที่ได้ไม่แตกต่างกันในทุกกลุ่ม โดยส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงและส่วนใหญ่ใช้บริการเวลาป่วยและใช้บริการเดือนละครั้ง โดยจะใช้บริการในวันหยุดและเมื่อมีเวลาว่างเมื่อจำแนกตามอาชีพแล้วกลุ่มนักศึกษาและเจ้าของกิจการมีพฤติกรรมแตกต่างจากกลุ่มอื่น (2) ความพึงพอใจของผู้บริการทั้งในเรื่องของการนวด สถานที่ ค่า บริการ บุคลากร และ ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริการเมื่อจำแนกแต่ละกลุ่มตามปัจจัยทางสังคมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมากในภาพรวม

พรศรี กุลทรงคุณากร (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า สาเหตุส่วนใหญ่ที่มาเลือกใช้บริการสปาเพื่อคลายความเครียด รองลงมา เพื่อความสวยงามของผิวพรรณ และ ถ้าหากมีโอกาสจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการสปาด้วย ปัญหาที่พบแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

### 2.5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

สุนิสา โพธิ์เตี้ย (2534) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหินอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่า ชุมชนหัวหินมีบทบาททางด้านการท่องเที่ยวหลังจากมีการเดินรถไฟสายใต้ถึงชุมชนแห่งนี้ในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวตากอากาศของเจ้านายชั้นสูงในระยะแรกและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปในเวลาต่อมาในช่วงแรกมีการกระจุกตัวของชุมชนในบริเวณชายหาดและสถานีรถไฟและมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆตามแนวชายฝั่งส่วนชุมชนดั้งเดิมเป็นชุมชนเกษตรกรรมและมีศูนย์กลางการค้าและบริการอยู่ที่ตลาดต้นมะขามหลังจากที่มีการสร้างตลาดฉัตรไชยปัจจุบันชุมชนหัวหินยังมีการเติบโตและมีความสำคัญในการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะบริเวณชายหาดมีการก่อสร้างอาคารสูงเพื่อเป็นที่พักตากอากาศ ขณะเดียวกัน ทำให้บริเวณชุมชนศูนย์กลางมีการกระจุกตัวหนาแน่นมากขึ้นก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมความสับสนของการใช้ที่ดินการจราจรแออัด การขาดแคลนสาธารณูปโภค และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในอนาคต เพื่อให้ชุมชนหัวหินเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวตากอากาศแบบสงบของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีความพร้อมในด้านการบริการมากที่สุด จึงควรมีการวางแผนการใช้ที่ดินสาธารณูปโภคสาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยกำหนดมาตรการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลควบคุมการใช้ที่ดินในชุมชนศูนย์กลางสร้างถนนเลียยเมืองเพื่อลดการจราจรบนถนนเพชรเกษมจัดหาน้ำจืดเพื่อให้บริการชุมชนอย่างเพียงพอและทำโครงการบำบัดน้ำเสียของชุมชนรวมทั้งการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสบายด้านการสื่อสารและการคมนาคม

เรืองฤทธิ์ กิตติวิทยาพงศ์ (2539) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นบริเวณชุมชนชายฝั่งทะเลหัวหินที่มีต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมช่วงอดีต (ก่อนปี พ.ศ. 2534) และปัจจุบัน (ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2538) โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรเป้าหมายที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจของครัวเรือนที่อยู่อาศัยภายในเขตเทศบาลตำบลหัวหินจำนวน 150 คน (ครัวเรือน) ตัวแปรที่ใช้การศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการอยู่อาศัย อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมกรมการ

รับข่าวสารสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์ของการกระจายเพื่อใช้อธิบายลักษณะทั่วไปการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของการกระจายผลการวิจัย พบว่า กลุ่มประชากรเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 20 ปีจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่าในกลุ่มอายุต่างๆประกอบอาชีพบริการบ้านเชิงมีรายได้ต่ำกว่า 8,000 บาท/เดือนและมีพฤติกรรมมารับข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มากที่สุดส่วนความรับรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรเมื่อพิจารณาในภาพรวมของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพของสิ่งแวดล้อมพบว่าอยู่ในระดับที่ดีจากการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความคิดเห็นในปัจจุบัน (ระหว่าง พ.ศ. 2534 - 2538) มีแนวโน้มที่ดีกว่าช่วงอดีต/ก่อน ปี พ.ศ. 2534

วัลยา ศรีสังาม (2541) ได้ศึกษาการวิเคราะห์รูปแบบการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลหัวหินในปีพ.ศ. 2529 และปีพ.ศ. 2539 การศึกษารังนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์การท่องเที่ยวในพื้นที่และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลหัวหิน ระหว่างปีพ.ศ. 2529 และปีพ.ศ.2539 จากการศึกษาพบว่าพื้นที่ 53,750 ไร่ ของเทศบาลตำบลหัวหินในระยะเวลา 10 ปีที่ศึกษามีการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินคิดเป็นร้อยละ 12 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งร้อยละ 84 เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของการใช้ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมสำหรับการใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งใช้แผนที่การใช้ที่ดินเป็นเกณฑ์กรรมและใช้เป็นที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมนั้นอาคารชุดพักอาศัยเพิ่มจาก 10 ไร่ เป็น 310 ไร่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18 ของการใช้ที่ดินที่อยู่อาศัยทั้งหมดในเวลาเดียวกันสถานที่พักผ่อนเกิดในบ้านพาณิชยกรรมเพิ่มจาก 208 ไร่เป็น 316 ไร่คิดเป็นร้อยละ 27 ของการใช้พื้นที่ในประเภทพาณิชยกรรมการใช้ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมไม่รวมถึงสถานพักผ่อนเพิ่มขึ้นร้อยละ 57 ทั้งนี้ อาจแยกเป็นสัดส่วนแน่นอนระหว่างบริการเพื่อนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประชาชนในท้องถิ่นแต่จากการสัมภาษณ์ สรุปได้ว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง จากการวิเคราะห์รูปแบบการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินโดยใช้เทคนิคการวางซ้อนด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์พบว่า การใช้ที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นเป็นการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่เกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ การใช้ที่ดินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในบริเวณชายหาดและในย่านที่อยู่เดิมส่วนการใช้ที่ดินเพื่อการพาณิชยกรรมเป็นการขยายตัวออกจากบริเวณเดิมและเกิดเป็นหย่อมขนาดเล็กในย่านสถานที่พักการท่องเที่ยว

ประสาร พันธุ์สีมา (2537) ได้ศึกษาการประสานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หัวหิน - ชะอำ กล่าวว่า หัวหิน - ชะอำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งที่มีความสำคัญและมีการพัฒนาการโดยตลอดมาเป็นเวลานานแต่จากสภาพการพัฒนาที่มีความต่อเนื่องทางด้าน ภูมิประเทศถูกแบ่งออกด้วย

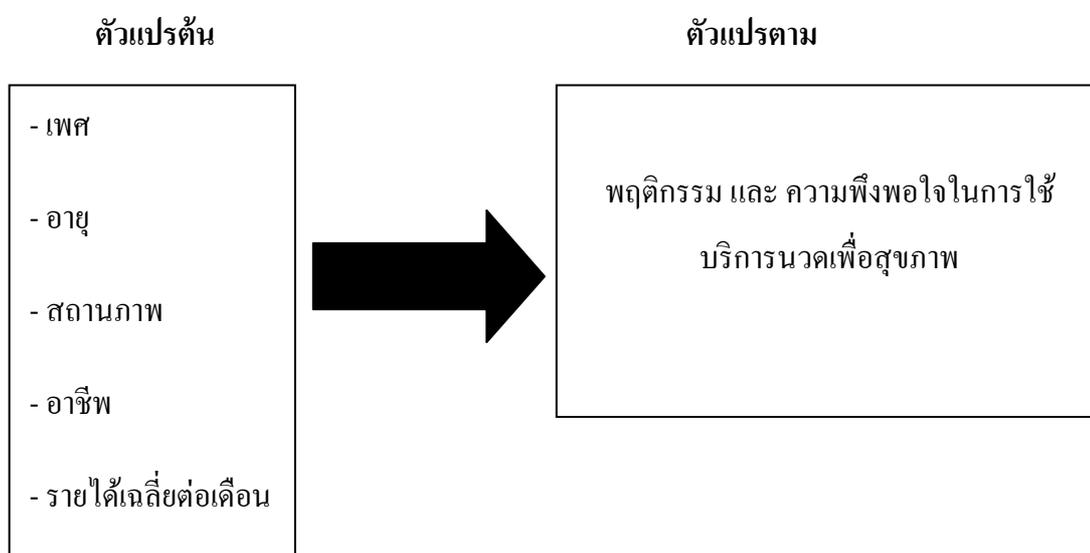
เขตการบริหารราชการทั้งในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นก่อให้เกิดความจำเป็นต่อการประสานการพัฒนาซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์นโยบายแผนและการดำเนินการพัฒนาของภาครัฐเปรียบเทียบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะแนวทางในการประสานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หัวหิน-ชะอำให้ไปอย่างมีประสิทธิภาพการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหัวหิน-ชะอำประกอบด้วยนโยบายซึ่งได้แก่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแผนภาคตะวันตกฝั่งโครงสร้างจังหวัดเพชรบุรีและโครงสร้างจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของสำนักผังเมืองนโยบายดังกล่าวได้นำมาสู่แผนพัฒนาต่างๆซึ่งได้แก่ แผนผังเมืองรวมชุมชนหัวหินและผังเมืองรวมชุมชนชะอำของสำนักผังเมืองและแผนทางด้านสาธารณสุขปโภคและสาธารณสุขการของหน่วยราชการกลางส่วนภูมิภาคและส่วนท้องถิ่นตลอดจนหน่วยงานรัฐวิสาหกิจต่างๆอย่างไรก็ตามการพัฒนาของภาคเอกชนโดยการชี้นำด้วยระบบสาธารณสุขปโภคและสาธารณสุขการเหล่านี้จะอยู่ภายใต้การควบคุมทั้งจากมาตรการควบคุมทาง ผังเมืองของสำนักผังเมืองและการควบคุมโดยกฎกระทรวงของกรมโยธาธิการและข้อบัญญัติของเทศบาลตำบลทั้งสองแห่ง

ในส่วนของผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปภาพรวมได้ดังนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นิยมสถานบริการเพื่อสุขภาพที่เป็นแหล่งพักผ่อนตามธรรมชาติ และนิยมที่จะเลือกที่มีผลิตภัณฑ์เป็นสมุนไพรไทย ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง ช่วยผ่อนคลายความเครียด ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ช่วยเพิ่มความสวยงาม รักษาอาการเจ็บป่วยและนิยมนวดแผนไทยมากที่สุด พบว่า เกือบทุกประเทศใช้การแพทย์ทางเลือก เช่น การนวด สปา อโรมาเธอราพี ฯลฯ ซึ่งเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพที่มาแรงมากกว่าวิธีอื่น ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท รายได้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ (วรเดช โพธิ์ระดก, 2548) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวลูกค้าได้รับการบริการที่ดี มีความประทับใจเป็นอย่างมาก (พชรพร ดิตถะสิริ, 2550) สาเหตุส่วนใหญ่ที่มาเลือกใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพเพื่อคลายความเครียด รองลงมา เพื่อความสวยงามของผิวพรรณ และถ้าหากมีโอกาสจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพด้วย (จิตรสินี สนิท, 2548; วิภาพร มหาชัย, 2544; พชรพร ดิตถะสิริ, 2550; พรศรี กุลทรงคุณากร, 2548)

กล่าวโดยสรุป ลูกค้านิยมเลือกใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพเนื่องจากการเดินทางสะดวกและเลือกร้านบริการที่เป็นแหล่งพักผ่อนตามธรรมชาติและเลือกผลิตภัณฑ์นวดเพื่อสุขภาพที่เป็นสมุนไพรไทย การนวดแผนไทยจะช่วยให้สุขภาพแข็งแรง หากมีโอกาสจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพด้วย ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพนั้นเป็นตลาดที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในระดับหนึ่งและนักท่องเที่ยวชาวไทยก็ให้ความสนใจกับการเข้ารับบริการนวดเพื่อสุขภาพเป็นอย่างมาก

มาก และชาวต่างชาติก็ให้ความสนใจกับธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทยค่อนข้างจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรม และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาธุรกิจบริการนวดเพื่อสุขภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในโอกาสต่อไป

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.20 กรอบแนวความคิดการวิจัย