

หัวข้อวิจัย	การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย
ผู้ดำเนินการวิจัย	รศ.ดร.นริศ คำแก่น <sup>1</sup> น.ส.ศัชชญาส์ ดวงจันทร์ <sup>1</sup> รศ.ดร.ฤทธิ์ วัฒนชัยยิ่งเจริญ <sup>2</sup> ดร.สุริยะ เจียมประชาชนรากร <sup>3</sup> นางสาวปิ่นนพยาข์ ติตสุนทรโรทยาน <sup>4</sup> ผศ.ดร.สริน ทัดทอง <sup>2</sup> ผศ.ดร.ตุลยา โพธารส <sup>2</sup> ผศ.ดารัสณี โพธารส <sup>5</sup> นางสาวเนตรดาว ณ พัทลุง <sup>6</sup>
หน่วยงาน	1.คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2.คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 3.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 4.สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 5.คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 6.วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปี พ.ศ.	2557

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (2) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการและการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (3) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (4) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (5) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ และธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ (2) นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม พฤติกรรม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบบันทึกข้อมูลทางคลินิก สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้ง การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยมีดังนี้ (1) ผลการประเมินตนเองด้านความพร้อมของผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และ ด้านบริหารจัดการ ตามลำดับ ผู้ประกอบการไม่มีความพร้อมในด้านการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ (2) ผลการวิเคราะห์

วิธีการบริหารจัดการที่ธุรกิจสปาใช้ พบว่า ธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรีมีวิธีการบริหารจัดการ โดยเน้นในเรื่องบุคลากร จะจัดฝึกอบรมให้พนักงาน มีความรู้เกี่ยวกับการทำสปา เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าได้ ฝึกอบรมมารยาทพนักงาน ให้ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า คัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์และชำนาญมาทำงาน ในเรื่องวัสดุ จะเลือกและใช้สมุนไพรแท้ที่มีคุณภาพสูงมาใช้ ในเรื่องเงิน จะใช้ลงทุนในการประชาสัมพันธ์การบริการของร้านในทุกรูปแบบ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า ส่วนในเรื่องการจัดการ จะเน้นที่การให้พนักงานให้บริการตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดให้มีคอร์สบริการหลากหลาย และจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานอย่างเป็นธรรม คือได้เงินเดือนและส่วนแบ่งพิเศษ (3) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ราคาที่เหมาะสม โปรแกรมสุขภาพที่เลือกใช้บริการในปัจจุบัน คือ สปา โปรแกรมสุขภาพที่มีความสนใจที่จะเลือกใช้บริการ คือ โปรแกรมลดน้ำหนัก ช่องทางค้นหาข้อมูลที่เลือกใช้ คือ อินเทอร์เน็ต ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสปา คือ ตนเอง พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ คือ ไปใช้เป็นกลุ่มเล็ก 2-3 คน ในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเดย์สปา รูปแบบการนวดในสปาที่เข้าใช้บริการ คือ นวดตัว (นวดไทย นวดน้ำมันหอมระเหย นวดสมุนไพร และลูกประคบ) ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ คือ สมุนไพรสด รูปแบบของการตกแต่งสปาที่มีความต้องการ คือ แบบธรรมชาติ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์สปาของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความมีมาตรฐาน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในแต่ละครั้ง จำนวน 500-1,000 บาทต่อครั้ง มีความสนใจในโปรโมชั่นที่ผู้ให้บริการสปา ได้แก่ ลดราคา (4) ผลการศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุนทรบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มที่หนึ่ง จำนวน 29 คน ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดไทย นวดอโรมาด้วยน้ำมันตะไคร้ และนวดน้ำมันด้วยน้ำมันเมล็ดอัลมอนด์ มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าเฉลี่ย  $3.40 \pm 14.07$ ,  $1.66 \pm 13.64$ ,  $1.00 \pm 7.47$  ตามลำดับ ความดันโลหิตไดแอสโตลิกมีค่าเฉลี่ย  $-40.92 \pm 10.93$ ,  $-40.48 \pm 10.13$ ,  $-41.21 \pm 7.37$  ตามลำดับ และชีพจรมีค่าเฉลี่ย  $0.07 \pm 10.37$ ,  $-0.47 \pm 10.38$ ,  $1.67 \pm 13.05$  ตามลำดับ กลุ่มที่ 2 จำนวน 40 คน ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดอโรมาด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม และนวดน้ำมันด้วยน้ำมันนำพาสูตรผสม มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิกมีค่าเฉลี่ย  $-8.03 \pm 4.51$  และ  $-1.47 \pm 5.50$  ความดันโลหิตไดแอสโตลิกมีค่าเฉลี่ย  $-4.38 \pm 10.50$  และ  $2.83 \pm 16.78$ ชีพจรมีค่าเฉลี่ย  $-9.76 \pm 5.88$  และ  $-3.61 \pm 5.55$  และอัตราการหายใจ มีค่าเฉลี่ย  $-15.50 \pm 13.27$  และ  $-13.49 \pm 11.33$  (5) ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม สามารถสรุปแนวทางการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 8Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ใช้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

<b>Research Title</b>	Developing the Quality of Health Products in Thai Aromatherapy and Spas to Promote Health Tourism in Thailand
<b>Researcher</b>	Associate Professor Dr. Narisa Kamkaen <sup>1</sup> Miss Shatchaya Daungchant <sup>1</sup> Associate Professor Dr. Rith Watthanachaiyingcharoen <sup>2</sup> Dr.Suriya Jiamprachanarakorn <sup>3</sup> Miss Peenaraya Thitasuntarotayan <sup>4</sup> Assistant Professor Dr. Sarin Tadtong <sup>2</sup> Assistant Professor Dr. Tulaya Potaros <sup>2</sup> Assistant Professor Darussanee Potaros <sup>5</sup> Miss Natedaow Na Patalung <sup>6</sup>
<b>Organization</b>	1.Faculty of Science and Technology, Suan Dusit Rajabhat University 2.Faculty of Pharmacy, Srinakharinwirot University 3.Graduate Studies, Suan Dusit Rajabhat University 4.Suan Dusit Poll, Dusit Rajabhat University 5.Faculty of Nursing, Burapha University 6.International college for sustainability studies, Srinakharinwirot University
<b>Year</b>	2014

This research had the following objectives: (1) to analyze the potential and availability of the entrepreneurs in the health tourism industry (2) to analyze the patterns of management and marketing, including the obstacles in the health tourism industry (3) to analyze the consumers' behavior and satisfaction in health tourism in Thailand (4) to study the effectiveness of aromatherapy and spa products in health tourism industry and (5) to find out the ways to develop and promote health tourism industry in a sustainable manner. Population and samples in this study were (1) the health tourism operators including the business in health spa and massage therapy (2) Thai and foreign travelers using the health spa and massage therapy. The instruments used in data collection were the behavior questionnaires, in-depth interviews, the satisfaction questionnaires, and the clinical data records. The statistics used in research analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis.

The research findings were as follows: (1) The self-evaluation on the readiness of the business in health spa and massage therapy found that the operators were well equipped in terms of the personnel, followed by the place and environment and the management while the operators were unready in terms of the tools and equipments (2) The analysis of the spa business management were focused on the personnel matters in order to provide staff training courses about the spa knowledgeable to inform their customers, the courtesy staff training courses to pay attention to their customers, the staff recruitments with their work experiences and expertise. The materials selection and high quality herbs products were concern. The investment money will be used to disseminate the services to make the customer well known. The management was focused on the standard of customers' service and provided a variety of services. The payment was fairly including the salaries and the special incentives. (3) The analysis of consumers' behavior found that the most important factor in health tourism was the reasonable price. The current health program was mostly the spa and wellness while the future program was the weight loss program. Channel for information search was mainly in the internet. The customer could make a decision by themselves. The service behavior was mostly the small groups of 2-3 people during weekend 1-2 times per month. The most popular service was day spa with the body massage (Thai massage, aromatherapy massage and herbal compress). The popular spa product was fresh herb. The attractive interior design was natural style. The most influence for service selection was the standard of spa products. The expense of spa services was mostly 500-1,000 baht per time. The customers were interested in the promotion including the discount price. (4) The effectiveness of aromatherapy and spa products in the health tourism industry was demonstrated. The first group of 29 people at a health spa was conducted at the spa for health shop in Bangkok. Everyone received Thai massage, aromatherapy massage with lemongrass oil, and pure oil massage with sweet almond oil. The percentage changes in vital signs were measured. The average systolic blood pressures were  $3.40 \pm 14.07$ ,  $1.66 \pm 13.64$ ,  $1.00 \pm 7.47$ , respectively. The average diastolic blood pressures were  $-40.92 \pm 10.93$ ,  $-40.48 \pm 10.13$ ,  $-41.21 \pm 7.37$ , respectively. The average pulse rates were  $0.07 \pm 10.37$ ,  $-0.47 \pm 10.38$ ,  $1.67 \pm 13.05$ , respectively. The second group of 40 healthy people was conducted at the massage for health shop in Chonburi province. Everyone received aromatherapy massage with blended essential oils formulation and pure oil massage with blended carrier oil formulation. The percentage changes in vital signs were measured. The average systolic blood pressures were  $-8.03 \pm 4.51$  and  $-1.47 \pm 5.50$ . The average diastolic blood pressures

were  $-4.38 \pm 10.50$  and  $2.83 \pm 16.78$ . The average pulse rates were  $-9.76 \pm 5.88$  and  $-3.61 \pm 5.55$ . The average respiration rates were  $-15.50 \pm 13.27$  and  $-13.49 \pm 11.33$ . (5) The research on the marketing factors was related to the behavior of spa services users. The management guidelines for health and beauty spa were developed for competitive advantages in business and concerned about the 8Ps marketing mix including product, price, place, public relation, personal, promotion, process and physical environment.