



รายงานการวิจัย  
เรื่อง

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทย  
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

Developing the Quality of Health Products in Thai  
Aromatherapy and Spas to Promote Health Tourism in Thailand

รศ.ดร.นริศ คำแก่น  
นางสาวศัชชญาส์ ดวงจันทร์  
รศ.ดร.ฤทธิ์ วัฒนชัยยิ่งเจริญ  
และคณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต





รายงานการวิจัย  
เรื่อง

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทย  
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

Developing the Quality of Health Products in Thai  
Aromatherapy and Spas to Promote Health Tourism in Thailand

รศ.ดร.นริศ คำแก่น

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

นางสาวศัชชญาส์ ดวงจันทร์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

รศ.ดร.ฤทธิ์ วัฒนชัยยิ่งเจริญ

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

และคณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัยปีงบประมาณ 2557)

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) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 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) ผลการศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสมุนไพรบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 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) ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม 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.

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย” เป็นงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัย จากงบประมาณปกติประจำปีงบประมาณ 2557 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างความเข้มแข็งทางการวิจัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน รองศาสตราจารย์ ดร.สุขุม เฉลยทรัพย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ จันทร์เจริญ และดร.ชนะศึก นิษานนท์ สำหรับนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนภารกิจการวิจัย ให้เป็นภารกิจสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้และศักยภาพอาจารย์ ขอขอบพระคุณคณะผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหาและข้อเสนอแนะ ที่ทรงคุณค่าในการจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญในส่วนราชการระดับจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรชุมชน และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลแก่คณะผู้วิจัยในระหว่างการเก็บข้อมูลภาคสนาม

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ นักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือทำงานอย่างเต็มศักยภาพ ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จสมบูรณ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คณะผู้วิจัย

2557

## สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย	ก
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
	กิตติกรรมประกาศ	ฉ
	สารบัญ	ช
	สารบัญตาราง	ซ
	สารบัญภาพ	ฎ
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
	ความเป็นมาและความสำคัญ	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	ขอบเขตการวิจัย	2
	สมมติฐานการวิจัย	3
	คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
<b>บทที่ 2</b>	<b>แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
	ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	5
	ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสปาและสுகนธบำบัด	12
	แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	25
	เชิงสุขภาพ	
	การศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว	34
	เชิงสุขภาพ	
	การศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวกับศักยภาพของการใช้สுகนธบำบัด	46
	และสปาต่อสุขภาพ	
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	50
<b>บทที่ 3</b>	<b>วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>51</b>
	ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	51
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
	วิธีการวิจัย	52
	เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	55
	การวิเคราะห์ข้อมูล	56

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	57
วิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	57
วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	65
วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ	74
ศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	87
แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน	104
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	109
สรุปผลการวิจัย	109
อภิปรายผล	116
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	119
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	121
<b>บรรณานุกรม</b>	122
บรรณานุกรมภาษาไทย	122
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	123
<b>ภาคผนวก</b>	126
ภาคผนวก ก แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านสปา	127
ภาคผนวก ข แบบสำรวจความพร้อมของผู้ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพ	133
ภาคผนวก ค ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง	141
ภาคผนวก ง แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการนวดแบบสุคนธบำบัด	192
ภาคผนวก จ แบบเสนอขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	195
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	213



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	มาตราส่วน (Rating Scale) ตามแบบ Likert Scale	54
3.2	การแปลความหมายตามระดับของคะแนนเฉลี่ย	54
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินตนเอง	58
4.2	ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านการบริการ	59
4.3	ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านบุคลากร	61
4.4	ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์	63
4.5	ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านการจัดการ	64
4.6	ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	64
4.7	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านผลิตภัณฑ์	66
4.8	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านราคา	67
4.9	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านการจัดจำหน่าย	67
4.10	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านการส่งเสริม	68
4.11	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านบุคคล	68
4.12	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านกายภาพและการ นำเสนอ	68
4.13	จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปาด้านกระบวนการ	69
4.14	วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านคน	70
4.15	วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านวัสดุ	70
4.16	วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านเงิน	71
4.17	วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการ	71
4.18	วิธีการตลาดและ/หรือโฆษณาที่ธุรกิจสปานำมาใช้	72
4.19	วิธีการส่งเสริมการขายของธุรกิจสปา	73
4.20	วิธีการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจสปา	74
4.21	อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
4.22	ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
4.23	สถานภาพทางครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
4.24	อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
4.25	รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
4.26	สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม	77
4.27	จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านสปาบ่อยที่สุด	77
4.28	ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม	78
4.29	โปรแกรมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการในปัจจุบัน	78
4.30	โปรแกรมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะเลือกใช้บริการ	79

ตารางที่	หน้า	
4.31	ช่องทางข้อมูลเกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพและความงาม	79
4.32	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการสปา	80
4.33	จำนวนคนที่ใช้บริการสปา	80
4.34	เวลาที่ใช้บริการสปา	80
4.35	ความถี่ที่เข้ารับบริการสปา	81
4.36	ประเภทสปาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	81
4.37	รูปแบบการนัดในสปาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	81
4.38	รูปแบบการนัดในสปาที่ใช้บริการเป็นประจำ	82
4.39	ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่ชื่นชอบ	82
4.40	รูปแบบการตกแต่งสปาที่เหมาะสม สำหรับศูนย์บริการด้านสุขภาพและความงาม	82
4.41	ปัจจัยสำคัญในการเลือกผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่โปรดปราน	83
4.42	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามต่อครั้ง	83
4.43	โปรโมชั่นที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด	83
4.44	การประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ใดบ้างที่ท่านเข้าถึงบ่อยที่สุด	84
4.45	การนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการตัดสินใจใช้บริการ	84
4.46	ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับร้านสปาที่สนใจจะใช้บริการ	85
4.47	ความถี่ของการใช้ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านสปา	85
4.48	ความถี่ในการซื้อสินค้าราคาพิเศษบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้าและบริการร้านสปา	85
4.49	ความถี่ของการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านสปา จากการอ่านรีวิวของบิวตี้บล็อกเกอร์ หรือคนมีชื่อเสียงบนอินเทอร์เน็ต	86
4.50	ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จากการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เป็นสื่อกลาง	86
4.51	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ	87
4.52	ความดันโลหิตและชีพจรของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ	88
4.53	ความดันโลหิตและชีพจรที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดไทย ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ	91
4.54	ความดันโลหิตและชีพจรที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดอโรมา ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ	93
4.55	ความดันโลหิตและชีพจรที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดน้ำมัน ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ	94
4.56	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ	95
4.57	สัญญาณชีพของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดอโรมา ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ	97

ตารางที่		หน้า
4.58	สัญญาณชีพของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดน้ำมัน ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ	99
4.59	สัญญาณชีพที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดโรมา ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ	101
4.60	สัญญาณชีพที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดน้ำมัน ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ	103
4.61	การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย	104
4.62	การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมการบริการสุขภาพ	106

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ตัวอย่างโครงสร้างทางเคมีขององค์ประกอบบางชนิดในน้ำมันหอมระเหย	24
2.2	แบบจำลองพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	29
2.3	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	31
2.4	กรอบแนวคิดสำหรับโครงการวิจัย	50

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างหนึ่งในด้านการดูแลสุขภาพของคนไทย ที่เกิดจากการรณรงค์ให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ได้กลายเป็นกระแสที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสถานบริการเพื่อการดูแลสุขภาพได้เกิดขึ้นและให้บริการอย่างหลากหลายรูปแบบ สุนทรบำบัดและสปาเป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่ได้รับความนิยม มูลนิธิแพทย์แผนไทยพัฒนา (2549 หน้า 7) ได้กล่าวว่า สปาช่วยให้ร่างกายสดชื่นและผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและจิตใจ เมื่อร่างกายและจิตใจสดชื่นแล้วระบบการทำงานต่างๆ ของร่างกายจะทำงานได้ดีอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากการแช่ตัวในน้ำแร่แล้ว สปา ยังรวมหมายถึงการทำชาวน้ำ การอบไอน้ำ การนวดตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย การใช้น้ำมันหอมระเหย

อุตสาหกรรมสปา ได้เริ่มเกิดขึ้นในโรงแรมชั้นนำของประเทศไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536 กระแสการให้ความสำคัญต่อสุขภาพอย่างจริงจังของคนไทย ทำให้อุตสาหกรรมสปาเริ่มขยายตัวออกจากโรงแรมและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ และอุตสาหกรรมสปาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีศักยภาพการเติบโตสูงต่อไป เนื่องจากมีโอกาสเติบโตตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาโดยตลอด ทั้งยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการด้านสุขภาพ ที่ภาครัฐกำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2546 – 2554) แนวโน้มเกี่ยวกับความสนใจในการดูแลสุขภาพ ที่เพิ่มสูงขึ้นของคนไทยในกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70 ของประชากรไทยทั้งหมด เป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมสปาขยายตัวสู่ตลาดระดับกลาง ซึ่งมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ โดยผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสปาส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย เปิดดำเนินอุตสาหกรรมอยู่ในเมืองใหญ่หรือย่านธุรกิจ (คลับสปา, ออนไลน์, 2552)

ผลิตภัณฑ์สุนทรบำบัด หรือ น้ำมันหอมระเหยที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมสปา จำเป็นต้องใช้ น้ำมันหอมระเหยที่มีความบริสุทธิ์และมีคุณภาพสูง ซึ่งการใช้สุนทรบำบัดถือเป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม มีผลต่อทั้งจิตใจ ร่างกาย และจิตวิญญาณ ก่อให้เกิดความสุนทรีย์และช่วยปรับสมดุลของร่างกาย (สุรพจน์ วงศ์ใหญ่, ออนไลน์, 2556) การใช้สุนทรบำบัด ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ ในการเลือกใช้น้ำมันหอมระเหยกับอาการหรือผลที่ต้องการรักษาให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล เพราะ น้ำมันหอมระเหยอาจมีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกที่ต่างกันในแต่ละบุคคล สาเหตุที่การรักษาสุขภาพโดยสุนทรบำบัดได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะเป็นการรักษาสุขภาพแบบใหม่ที่จะช่วยให้ร่างกายผ่อนคลาย โดยไม่มีผลข้างเคียงต่อร่างกาย เหมือนกับการใช้สารเคมีโดยทั่วไปนั่นเอง เครื่องหอมที่มีประสิทธิภาพดีมานั้น สกัดมาจากธรรมชาติแท้ๆ เครื่องหอมส่วนใหญ่จะเน้นไปถึงน้ำมันหอมระเหย (essential oils) ซึ่งสกัดได้จากส่วนต่างๆของพืช ไม่ว่าจะเป็นดอก ใบ ราก ผล เปลือก หรือยาง เป็นต้น

จากการที่ประเทศไทย สร้างความเชื่อมั่นด้านชื่อเสียงของอุตสาหกรรมสปา เป็นอันดับหนึ่งในเอเชียมาแล้วระยะหนึ่ง รวมถึงการพัฒนาในอุตสาหกรรมทั้งด้านเครื่องมือ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ทันสมัย และพร้อมปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงของโลกและประเทศไทยตลอดเวลา การให้บริการที่ควบคู่ไปกับการเลือกใช้อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ ให้กับกลุ่มลูกค้าประจำและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมสปา นอกจากด้านบุคลากร ด้านมาตรฐานการให้บริการแล้ว ด้านการเลือกใช้อุปกรณ์ที่สุคนธ์บำบัดก็เป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสปาเพื่อสุขภาพ ต้องเร่งพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการ การเลือกใช้อุปกรณ์ที่สุคนธ์บำบัดในสถานประกอบการของตนเอง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศได้ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน ที่เริ่มมีการพัฒนาในด้านคุณภาพมาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น อินโดนีเซีย บรูไน มาเลเซีย เวียดนาม พม่า และลาว ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสปาเพื่อสุขภาพ จึงมีความจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานการให้บริการ และการเลือกใช้อุปกรณ์ที่สุคนธ์บำบัดต่างๆ รวมทั้งการนำไปใช้ให้เหมาะสมกับสถานประกอบการของตน ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธ์บำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย เพื่อจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจทำอุตสาหกรรมสปา ได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดอันเป็นผลดี และเพื่อเป็นการสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ที่มุ่งจะให้คนไทยมีสุขภาพดีโดยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธ์บำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
5. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

### ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. การวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคตะวันออก จำนวน 200 ราย

2. การวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคตะวันออก จำนวน 200 ราย
3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในภาคตะวันออก จำนวน 200 ราย
4. การศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสมุนไพรบำบัดและสปา ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 40 ราย ณ สถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ในจังหวัดชลบุรี
5. การหาแนวทางการพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในประเทศไทยด้วยเครือข่ายความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้อง ณ สถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน

### สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา ที่มาของรายได้ สถานภาพ อาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังตามกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 7Ps ต่อการใช้บริการในธุรกิจสปา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการ (Process) พนักงาน (People) และ ลักษณะทางกายภาพ (Physical) แตกต่างกันไป

### คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

**1. กิจการสปาเพื่อสุขภาพ** หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ หรือไม่ได้ ทั้งนี้ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2546 กำหนดเพิ่มเติมว่า ต้องมีบริการเสริมอย่างน้อย 3 รายการ

**2. กิจการนวดเพื่อสุขภาพ** หมายความว่า การประกอบกิจการนวด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การดัด การดึง การประคบ การอบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

**3. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง เครื่องชี้ทิศทางหรือนโยบายการให้บริการเกี่ยวกับสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และคุณลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ปรากฏว่าบริษัทใช้สำหรับเป็นแนวทางจัดทำแผนการตลาด

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 1. ด้านผู้ประกอบการ

1.1 ทราบถึงสภาพการณ์ปัจจุบัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

1.2 มีการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการ และแนวทางการส่งเสริมการตลาด เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเทศไทย

### 2. ด้านนักท่องเที่ยว

2.1 ทราบพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

2.2 ผลการศึกษาที่ได้นำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาศักยภาพและพัฒนารูปแบบการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ประกอบการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

### 3. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.1 สามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำแผนแม่บทและข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

3.2 ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาและวิจัยทางด้านการพัฒนาศักยภาพของสุคนธบำบัดและสปา ต่อการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ได้มีผู้ศึกษาไว้หลากหลายแนวทาง โดยผู้วิจัยได้แบ่งงานศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย

- 1) ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2) ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและสุคนธบำบัด
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 4) การศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 5) การศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพของการใช้สุคนธบำบัดและสปาต่อสุขภาพ

#### 1. ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

##### 1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555 - 2559)

###### 1.1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน มั่นคง มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ลดความเหลื่อมล้ำ และกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม

2. เพื่อรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสร้างระบบการแข่งขันเสรี และเป็นธรรม ที่เอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม

3. เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าและบริการในภูมิภาคอาเซียนบนฐานปัญญา นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

###### 1.1.2 แนวทางการพัฒนา

แนวทางการพัฒนาให้ความสำคัญกับปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเอเชีย ตะวันออกกลาง และเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นอีกทางเลือกใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ช่วยการสร้างงานและรายได้ ตลอดจนพัฒนาระบบการแข่งขันที่เป็นธรรม ทัวถึง และบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ ให้เอื้อต่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจบนฐานความรู้ และสามารถใช้ออกสจากการเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกให้เกิดประโยชน์กับประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เศรษฐกิจไทยมีการเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ โดยมีแนวทางที่สำคัญดังนี้

### 1.1.3 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจบนฐานความรู้ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ

เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจแบบสมดุล เท่าเทียม ยั่งยืน มีนวัตกรรม มีความคิดสร้างสรรค์ มีสมรรถนะในการแข่งขันสูงในระยะยาว โดยปรับโครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพ บนฐานของความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ที่เน้นการใช้องค์ความรู้สมัยใหม่ ภูมิปัญญา ทักษะทางสังคม ทักษะวัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อปรับตัวให้ก้าวทันบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลก และเป็นทางเลือกใหม่ที่สร้างรายได้และดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงเป็นกลไกกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง โดย

1. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการเชิงสร้างสรรค์ โดยอาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผสานกับองค์ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างหรือเอกลักษณ์เฉพาะด้านให้กับสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในธุรกิจที่มีศักยภาพ ได้แก่ ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการสุขภาพ การถ่ายทำภาพยนตร์ การจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น

2. ขยายฐานการผลิตและการตลาดภาคธุรกิจบริการที่มีศักยภาพออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่การผลิตและบริการ ให้การสนับสนุนมาตรการด้านการเงินและภาษีให้ทัดเทียมกับประเทศคู่แข่ง ส่งเสริมการตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการลงทุนในตลาดต่างประเทศ พัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีทักษะการบริหารและความเชี่ยวชาญในสายอาชีพ และพัฒนามาตรฐานธุรกิจและวิชาชีพให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

3. พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศและการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยปรับปรุงประสิทธิภาพบริการสาธารณสุขพื้นฐาน พัฒนาระบบฐานข้อมูล ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมธุรกิจบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และผลิตและพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจบริการ

4. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง และสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด รวมทั้งส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรักษาฐานตลาดเดิม ขยายตลาดใหม่ๆ และกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคทั่วประเทศ

5. บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับสาขาการผลิตและบริการอื่นๆ

6. เสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และวิสาหกิจชุมชน โดยใช้แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ พัฒนาในเชิงกลุ่มพื้นที่ พัฒนาเชื่อมโยงกับ

สาขาการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนรวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขตามกฎระเบียบใหม่ของโลก

## 1.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

รัฐบาลไทยได้ประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและกระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Healthcare Destination และกำหนดให้ไทยเป็น Academic Medical Hub of Asia เพื่อเพิ่มและพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ โดยแบ่งบริการหลักออกเป็น 1) ธุรกิจบริการรักษาพยาบาล 2) ธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ 3) ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยและ 4) บริการด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ส่งผลให้ผู้รับบริการชาวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก สามารถสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ธุรกิจบริการในสาขานี้และสาขาที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปิดตลาดบริการสุขภาพนั้น รัฐบาลได้มีนโยบายในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2547 – 2551) และต่อมาได้ผลักดันแผนยุทธศาสตร์ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2553 – 2557) โดยกำหนดให้มีบริการที่เป็นแหล่งรายได้หลักเข้าสู่ประเทศจำนวน 4 ผลผลิตหลักคือ

- 1) บริการรักษาพยาบาล เน้นคุณภาพการรักษาให้เป็นเลิศแก่ชาวต่างประเทศโดยไม่กระทบการรักษาสุขภาพของคนในประเทศเอง
- 2) บริการส่งเสริมสุขภาพ เน้นการผลักดันบริการเกี่ยวเนื่องกับสุขภาพทั้งการนวดแผนไทยและธุรกิจสปาสู่สากล
- 3) บริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เพื่อดึงชาวต่างประเทศเข้ามารักษาพยาบาลในประเทศและโดยใช้บริการแพทย์ทางเลือกและสมุนไพรมากขึ้นเป็นการลดการพึ่งพาการนำเข้ายาจากต่างประเทศและเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์และภูมิปัญญาไทยสู่นานาชาติ
- 4) ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย เน้นการสนับสนุนสมุนไพรที่มีคุณภาพและศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดเครื่องสำอางตลาดยาและอาหารเสริมสุขภาพ

ดังนั้น การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นจุดศูนย์กลางบริการสุขภาพของโลก ด้วยการใช้ทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า โดยคาดว่าจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยประมาณ 4 แสนล้านบาทในระยะเวลารวม 5 ปี ด้วยยุทธศาสตร์การดำเนินงานหลัก 3 ข้อ ประกอบด้วย 1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจสุขภาพ 2) การส่งเสริมพัฒนาระบบบริการสุขภาพให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล 3) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจุบันได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการบริหารศูนย์กลางสุขภาพระหว่างประเทศภายใต้กระทรวงสาธารณสุข เพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานในเบื้องต้น โดยมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของประเทศไทย ด้วยการทำงานแบบบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอในเชิงนโยบายให้กับรัฐบาล ตลอดจนทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประเทศไทยด้านบริการสุขภาพ

### 1.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามในประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ว่าจ้าง บริษัท มาร์เก็ตไวส์ จำกัด (2553) เพื่อดำเนินการโครงการสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม (Spa and Wellness) เพื่อรวบรวมข้อมูลในด้านของผู้ให้บริการทางสุขภาพความงามและธุรกิจสนับสนุน (Supply side) และทำการศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม (Demand side) เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแผนตลาดเชิงรุก ในภาพรวมและแผนตลาดสำหรับแต่ละกลุ่มตลาด เพื่อเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงได้อย่างถูกต้องและมีทิศทาง โดยผลการศึกษาที่สำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1.3.1 การวิเคราะห์ SWOT ของบริการสุขภาพความงามในประเทศไทย

จากข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากการศึกษา สามารถนำมาวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามในประเทศไทยในปัจจุบัน ผ่าน SWOT Analysis ทั้งในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้ดังนี้

##### จุดแข็ง (Strengths)

- 1) มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้าน ความเชี่ยวชาญที่เป็นเอกลักษณ์ (เช่น การมีชื่อเสียงด้านการ นวดไทย/สปาไทย สมุนไพรท้องถิ่น/สมุนไพรไทย และความน่าเชื่อถือสถานประกอบการ เป็นต้น) ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาใช้บริการ
- 2) การให้บริการที่เป็นเลิศ โดยการให้ประสบการณ์ที่ดี ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 6 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และจิตใจ ตลอดจนการให้บริการที่อ่อนโยน เป็นมิตร และมีมารยาทของบุคลากร ผู้ให้บริการ
- 3) ความชำนาญของผู้ให้บริการ ซึ่งให้ผลลัพธ์ที่ดีจากการใช้บริการ ตลอดจนสถานประกอบการมีการนำเสนอบริการที่มีความหลากหลาย/ครบวงจร และสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานบริการที่ครบครัน เช่น ห้องสปา ห้องพักผ่อน ห้องอบไอน้ำ เป็นต้น
- 4) มีประวัติศาสตร์/และการสะสมความรู้ที่ยาวนาน เกี่ยวกับบริการสุขภาพความงาม ตลอดจนมี นักบำบัดและผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญเป็นจำนวนมาก
- 5) เป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์ เช่น ความเชื่อทางจิตวิญญาณ ศาสนา ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมและสร้างความน่าดึงดูดใจให้กับบริการสุขภาพความงาม ตลอดจนความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม ศิลปะ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- 6) อัตราค่าบริการเหมาะสม/มีความคุ้มค่าในการมาใช้บริการ
- 7) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการสูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบริการสุขภาพความงามของประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ที่ผู้ใช้สัมผัสเคยใช้บริการ โดยสามารถสร้าง

ความประทับใจและส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการต่างมีแนวโน้มสูงมากในการบอกต่อและใช้บริการซ้ำ

### จุดอ่อน (Weaknesses)

1) ภาพลักษณ์ด้านความไม่สงบ ความไม่ปลอดภัย ตลอดจนการค่าประเวณี ซึ่งส่งผลต่อความ ไม่มั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) การควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานของสถานประกอบการ เช่น ความสะอาด/สุขอนามัย การนวดที่แฝงบริการทางเพศในสถานประกอบการบางแห่ง ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริการสุขภาพความงามในภาพรวมของประเทศ

3) ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการ เช่น ภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น

4) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการสุขภาพความงามทั้งในและต่างประเทศยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร

### โอกาส (Opportunities)

1) แนวโน้มความเครียดที่เพิ่มสูงขึ้น การให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ การป้องกันอาการเจ็บป่วย (Preventive Healthcare) และความนิยมในผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมากขึ้นของตลาดโลก

2) แนวโน้มการเติบโตของตลาดโดยรวมในอัตราที่สูง และโอกาสในการขยายตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น ผู้ชาย วัยทำงานตอนต้น นักท่องเที่ยว/นักธุรกิจที่ใช้บริการระหว่างเดินทาง นักท่องเที่ยวที่เป็นคู่รัก/เดินทางเพื่อการ Honeymoon นักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และตะวันออกกลาง เป็นต้น

3) บริการทางสุขภาพความงาม มีความสอดคล้องและไปด้วยกันได้ดีกับคุณลักษณะเด่นของประเทศไทย ทั้งในด้านความเชื่อ/ความศรัทธา ศาสนา/ธรรมะ ความอ่อนน้อม ความยืดหยุ่น ความเป็นมิตร ความยิ้มแย้มแจ่มใส และความมีจิตใจในการให้บริการของผู้คน

4) สามารถนำวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของประเทศ เข้ามาเป็นส่วนประกอบในการให้บริการ เพื่อให้ประสบการณ์ในการสัมผัสกับความเป็นไทยแก่นักท่องเที่ยว เช่น การให้บริการด้วยศาสตร์/ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

5) บริการสุขภาพความงามของประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากลต่อไป

6) สามารถทำตลาดและเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม (Spa and Wellness) เข้ากับการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลักของประเทศ และส่งเสริมเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพของโลก

7) ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวและการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ที่สามารถช่วยส่งเสริมให้ตลาดบริการสุขภาพความงามเติบโตได้ในอนาคต

8) การพัฒนามาตรฐานการบริการและการสร้างชื่อเสียงของผู้ประกอบการรายใหญ่ในประเทศ มีส่วนช่วยในการสร้างการรู้จักและภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับบริการสุขภาพความงามให้กับประเทศไทย

### อุปสรรค (Threats)

- 1) ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความไม่สงบในประเทศ ส่งผลต่อความต่อเนื่องของนโยบายในการสนับสนุนและการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม นอกจากนี้การมีข่าวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในทางลบของประเทศเผยแพร่ออกไปทั่วโลก ยังส่งผลต่อความเชื่อมั่นและของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาประเทศไทย
- 2) ความไม่แน่นอนและผลจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยของโลกและในประเทศ
- 3) การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาขึ้นของประเทศผู้ให้บริการสุขภาพ ความงามคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียที่สำคัญ เช่น อินโดนีเซีย จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินเดีย
- 4) ข้อจำกัดในการควบคุมดูแลมาตรฐานและจรรยาบรรณของสถานประกอบการอย่างทั่วถึง
- 5) การสูญเสียนักบำบัดและผู้ให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญไปยังต่างประเทศ และการพัฒนา นักบำบัดและผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานยังไม่เพียงพอ
- 6) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการใช้บริการสุขภาพความงามมากขึ้น ทำให้เกิด ความคาดหวังสูงในด้านของบริการคุณภาพ และการได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่

### 1.3.2 แนวทางการเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม

จากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการศึกษา บริษัท มาร์เก็ตไวส์ จำกัด มีข้อเสนอแนะสำหรับ ประเทศไทย ในการเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม เพื่อการรักษากลุ่มลูกค้าปัจจุบัน เพิ่มความพึงพอใจ การใช้บริการซ้ำ เพิ่มการใช้บริการตลอดจนขยายฐานตลาด เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดกระแสการเดินทางมาใช้บริการ ดังนี้

- 1) กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทยที่ชัดเจน ตลอดจนใช้กลยุทธ์การสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามของประเทศไทย หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงต่างประเทศ
- 2) ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสื่อสารตำแหน่งทางการตลาด ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทย หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทท่องเที่ยว/ตัวแทน และหน่วยงาน/องค์กรพันธมิตรด้านการท่องเที่ยว
- 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดและจับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สถานประกอบการ และสมาคม/หน่วยงานเกี่ยวกับบริการสุขภาพความงาม
- 4) ปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการสุขภาพความงามในด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจ การใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สถานประกอบการ สมาคม/หน่วยงานเกี่ยวกับบริการสุขภาพความงาม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ

องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ตำบล และหน่วยงานภาคเอกชนเกี่ยวกับการให้ความรู้และฝึกอบรม กระทรวงต่างประเทศ

5) สร้างเครือข่ายพันธมิตร เพื่อสร้างความร่วมมือและการบูรณาการ เพื่อการพัฒนาตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามอย่างยั่งยืน หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคม/หน่วยงานเกี่ยวกับบริการสุขภาพความงาม

### 1.3.3 ปัจจัยผลักดันการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามในประเทศไทย

จากการศึกษาผู้ประกอบการด้านสุขภาพความงามและธุรกิจสนับสนุน พบปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาใช้บริการสุขภาพความงามในประเทศไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามของประเทศไทยเติบโตขึ้นได้แก่

1) **ความประทับใจในบริการ** ของผู้ให้บริการในประเทศไทย เป็นปัจจัยผลักดันและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากให้มาใช้บริการทางสุขภาพความงามในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มที่เคยมีประสบการณ์การใช้บริการสุขภาพความงามในประเทศไทยมาก่อน มักจะมีการบอกต่อแบบปากต่อปากไปสู่กลุ่มอื่นๆ ในด้านความอ่อนโยน ความนุ่มนวล และใส่ใจ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทยอย่างหนึ่งซึ่งสืบทอดมาตั้งแต่อดีต

2) **ราคาที่สมเหตุสมผล** ราคาที่คุ้มค้ำกับการบริการที่ได้รับมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ ในการไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว อีกทั้งทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความพึงพอใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกเมื่อมีโอกาส เห็นได้จากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการนวดไทยโดยฝีมือคนไทยในต่างประเทศมาแล้ว รวมทั้งกลุ่มที่มีประสบการณ์การใช้บริการในประเทศไทยมาก่อน ซึ่งความประทับใจดังกล่าว เมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการสปาในประเทศไทย ถือว่าได้ความคุ้มค้ำมากกว่า รวมทั้งมีโปรแกรมต่างๆ ที่จัดเป็นแพ็คเกจที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

3) **รูปแบบการนวดที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย** เนื่องจากนวดไทยถือเป็นศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทย ที่สามารถช่วยในการกวดรักษาโรคหรือผ่อนคลายเป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศ ปัจจุบันเพื่อนบ้านละแวกเอเชีย มีการจ้างผู้เชี่ยวชาญจากประเทศไทยไปสอนพนักงานตามสถานประกอบการสุขภาพความงามในต่างประเทศ

4) **มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย** ปัจจัยส่วนหนึ่งของชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ ซึ่งประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายพร้อมบริการที่หลากหลายและผสมผสานอย่างครบวงจร ทั้งในเชิงวัฒนธรรม และธรรมชาติ เป็นต้น จึงทำให้บริการด้านสุขภาพความงาม กลายเป็นส่วนประกอบด้านหนึ่งของการท่องเที่ยว

5) **ฝีมือการนวด และเทคนิคเป็นเลิศ** เนื่องจากผู้ให้บริการของไทยได้รับการอบรมและพัฒนาฝีมือและเทคนิคในการนวดเป็นเลิศ และเป็นที่ยอมรับสำหรับชาวต่างประเทศ ทำให้เกิดการซื้อตัวดึงแรงงาน Therapist ของไทยไปทำงานต่างประเทศจำนวนมาก

6) **One-Stop Service** เนื่องจากประเทศไทยมีบริการหลากหลายรูปแบบ มีการผสมผสานและการต่อยอด เช่น Beauty Spa, Medical Spa, Hydrotherapy, Holistic, พลังบำบัด การใช้สมุนไพรพลอย, กลิ่นและสมุนไพรไทย สำหรับบริการด้านสุขภาพความงามที่ครบวงจร ทำให้เกิดความคุ้มค่าในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มักมีการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนตัดสินใจเลือกประเทศที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม

7) **มีแหล่งสมุนไพรและกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์** เห็นได้ว่าประเทศไทยเราเป็นแหล่งผลิตสมุนไพร เช่น ลูกประคบ, ยาหม่อง และกลิ่นหอมต่างๆ เช่น มะลิ, กระจ่าง เป็นต้นเพื่อใช้ในประเทศไทย เป็นสินค้าส่งออกและชาวต่างประเทศซื้อเป็นของที่ระลึกเพื่อทำรายได้สู่ตลาดสากลได้ด้วย

8) **สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานประกอบการ** สามารถอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ไม่ต่างจากโรงแรม 5 ดาว มีความสะดวกสบาย ทั้งด้านสถานที่จอดรถ การเดินทาง ตลอดจนความปลอดภัยในการมาใช้บริการ และการได้ใบรับรองมาตรฐานจากภาครัฐ

## 2. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปาและสันทนาการ

### 2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วย การท่องเที่ยวสุขภาพธรรมชาติ การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร การปรนนิบัติ เพื่อเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ขจัดความเครียด และปรับความสมดุลให้แก่ร่างกาย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาจแบ่งตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ ได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ (สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมณ, 2550) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรม เช่น การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่หลากหลาย รวมทั้ง การทำทันตกรรม การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการแปลงเพศ เป็นต้น ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ยังสามารถแบ่งตามความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว (มยุรี ทองสงฆ์, 2548) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อรับบริการรักษาพยาบาล (Medical Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อบำบัดความเจ็บป่วยและการร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล เช่น การพักผ่อน การผ่าตัด ศัลยกรรม การตรวจสุขภาพ เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงกิจกรรมประเภทผ่อนคลาย เช่น การออกกำลังกาย การทำสปาเพื่อสุขภาพ การนวดเพื่อสุขภาพ เป็นต้นเพื่อป้องกันความเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นได้

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่มีฤดูกาล มีสินค้าบริการที่กว้างขวาง ครอบคลุมทุกรูปแบบของความต้องการ ผู้ที่มาใช้บริการได้รับความรู้สึกสนุกสนานในการบำบัด รวมทั้งมีวันหยุดเฉลี่ยที่นานกว่าและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ

## 2.2 สปาเพื่อสุขภาพ

สปา (Spa) หมายถึง การดูแลสุขภาพโดยใช้น้ำ ซึ่งจะช่วยให้มีสุขภาพที่ดีและผ่อนคลาย เป็นการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่เน้นการป้องกันการเจ็บไข้ได้ป่วยมากกว่าการรักษาที่อาการ โดยวิธีการทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่กับการใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ประกอบด้วย รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เพื่อสร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และ จิตวิญญาณ

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่เสนอการให้บริการเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า ผู้ให้บริการต้องใช้ความรู้ความชำนาญสูง และจะต้องได้รับใบอนุญาตหรือการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขก่อน

สำหรับการจำแนกประเภทของสปา ได้มีผู้จำแนกประเภทไว้หลากหลาย อาทิเช่น การจำแนกโดยพิจารณาตามประเภทของการให้บริการ การจำแนกโดยพิจารณาตามลักษณะของสถานที่ที่ให้บริการ การจำแนกโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการให้บริการ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์หลักของการให้บริการสปานั้นไม่แตกต่างกัน นั่นคือ เป็นการเน้นการฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

การจำแนกประเภทธุรกิจสปาตามหลักการของสมาพันธ์สปาระหว่างประเทศ (The International Spa Association: ISPA - Europe) ได้แบ่งประเภทของสปาตามประเภทของการให้บริการ หรือประเภทของสถานประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ และตามที่ตั้งสำนักงานสาธารณสุขได้ให้คำจำกัดความไว้ (สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล, 2550) เป็น 7 ประเภท ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1) สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel and Resort Spa) หมายถึง สถานประกอบการ สปา ที่ตั้งอยู่ในโรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ ซึ่งเป็นบริการเสริมที่จัดขึ้น สำหรับลูกค้าที่มาเข้าพักในโรงแรมและ รีสอร์ทเหล่านั้น รวมทั้งบุคคลภายนอก เพื่อการผ่อนคลาย เสริมสร้างฟื้นฟูทั้งทางร่างกายและจิตใจ และเพื่อการเสริมสวย เสริมความงามแก่ผู้มารับบริการ โดยบริการที่จัดให้ ได้แก่ การใช้น้ำเพื่อสุขภาพ การนวด การอบ การประคบสมุนไพร พิเศษ การเสริมความงาม

ใบหน้าและร่างกาย อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร โยคะ การนั่งสมาธิ เป็นต้น โดยมีผู้ให้บริการประกอบด้วย ผู้ดำเนินการสปา พนักงานสปา พนักงานนวด ส่วนใหญ่เป็นรายการบริการที่ใช้ระยะเวลา 1 – 6 ชั่วโมงต่อครั้งต่อวัน

2) สปาครบวงจร หรือ สปาที่บริการเฉพาะ (Destination Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปา ที่เน้นการพำนักระยะยาวเพื่อทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง เป็นสปาครบวงจรที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต พฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยบริการหลักประกอบด้วย การนวดและวาริบำบัด โดยมีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การออกกำลังกาย การดูแลรักษารูปร่าง การควบคุมน้ำหนัก โภชนาบำบัด ดนตรีบำบัด เป็นต้น โดยมีผู้ให้บริการเป็นทีม ซึ่งประกอบด้วย บุคลากรทางการแพทย์ พนักงานให้บริการ รวมทั้งมีการจัดบริการในลักษณะของการให้คำปรึกษา การตรวจสุขภาพ การกำหนดโปรแกรมและเป้าหมายเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

3) สปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน (Day Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปา ที่ให้บริการแก่บุคคลทั่วไป โดยไม่มีห้องพัก มีจุดมุ่งหมายการให้บริการเพื่อการผ่อนคลายหลังภารกิจประจำวัน และเพื่อฟื้นฟูหรือเสริมสร้างสมรรถนะของร่างกาย การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การใช้ น้ำเพื่อสุขภาพ การนวด การใช้สมุนไพรเพื่อการอบประคบ สุคนธ์บำบัด เป็นต้น โดยมีการจัดบริการให้ผู้รับบริการเลือกได้ตามรายการที่กำหนด และใช้เวลาในการให้บริการ 1 – 6 ชั่วโมงต่อครั้งต่อวัน

4) สปาทางการแพทย์ (Medical Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปา ที่ให้บริการในสถานพยาบาล มีการดูแลแบบเต็มเวลาโดยบุคลากรทางด้านสุขภาพที่มีใบอนุญาต ให้การบำบัดรักษาโรค ฟื้นฟูสมรรถภาพจากการเจ็บป่วย และส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง แบบแพทย์แผนโบราณและแพทย์ทางเลือก

5) คลับสปา (Club Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปา ที่มุ่งเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพหรือกีฬา เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านความแข็งแรงของร่างกาย และมีบริการด้านการนวด การอบไอน้ำ การอบซาวน่า การแช่น้ำร้อน – เย็น รวมถึงโยคะ หรือการออกกำลังกายอื่น ๆ ให้บริการเฉพาะสมาชิก และมีบุคลากรมีอาชีพให้การดูแลแบบวันต่อวัน สปาประเภทนี้จะไม่ มีห้องพักให้บริการ

6) สปาที่ใช้น้ำพุร้อนหรือน้ำแร่ในการบำบัด (Mineral Spring Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปา ที่ใช้น้ำพุร้อนธรรมชาติ หรือน้ำแร่เพื่อบำบัดโดยเฉพาะ

7) สปาที่อยู่ในเรือ (Cruise Ship Spa) หมายถึง สถานประกอบการสปา ที่อยู่บนเรือสำราญ เป็นสปาขนาดเล็กผสมผสานกับการออกกำลังกาย มีการจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้มีความสุขตลอดการเดินทาง โดยมีบุคลากรมีอาชีพให้บริการ ทั้งแบบสปาฟิตเนส และโภชนบำบัด

กองประกอบโรคศิลป์ กระทรวงสาธารณสุข (2548) ได้แบ่งรูปแบบของสปาเป็น 3 ประเภทคือ

1) ไทยสปาอายะ เป็นการดูแลสุขภาพและความงามอย่างไทยแบบองค์รวม โดยคงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทยอย่างชัดเจน โดยรวมบริการทั้ง หัตถบำบัด โภชนบำบัด วารี

บำบัด และสวดมนต์บำบัด ไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมดุลของธาตุทั้ง 4 ในร่างกาย อันได้แก่ ดิน น้ำ ลม และไฟ

สปาปิยะ เป็นองค์รวมของความสบาย ทั้ง 7 ซึ่งประกอบด้วย (1) ที่อยู่อาศัย ภูมิทัศน์ที่สวยงาม สงบ สบาย (2) สิ่งแวดล้อมร่มรื่นเย็นสบาย (3) บุคคลรอบข้างมีจิตใจงดงาม ให้บริการด้วยความจริงใจ เกิดความสบาย (4) อิริยาบถทั้งการยืน การเดิน การนั่ง และการนอน รู้สึก สบาย (5) อาหารที่รับประทานถูกต้องตามหลักโภชนาการ (6) มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย และ (7) มีการได้ยินและได้ฟังเสียงที่จรรโลงจิตใจให้เกิดความสบาย

2) สปาตะวันตก เป็นสปาที่มีมาตรฐานการให้บริการแบบตะวันตก โดยนำเอาภูมิปัญญาแบบตะวันตกมาใช้ เช่น การใช้อ่างน้ำวน การอบไอน้ำ การใช้เครื่องมือออกกำลังกาย ซึ่ง ธุรกิจสปาในประเทศไทย ได้ผสมผสานภูมิปัญญาแบบตะวันตกและภูมิปัญญาไทยไว้ด้วยกัน เพื่อเพิ่ม ช่องทางการขาย เช่น Fitness & Spa, Spa & Salon เป็นต้น

3) ไทยสปา เป็นการนำวิถีชีวิตคนไทยในการดูแลสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำ และธรรมชาติตามภูมิปัญญาไทย อาทิเช่น (1) การอบและการประคบสมุนไพร ซึ่งมักใช้ควบคู่กับการ นวดไทย เพื่อให้ความร้อนและตัวยาสมุนไพรซึมเข้าสู่ร่างกาย เป็นการรักษาอาการปวดบวมอักเสบ ของกล้ามเนื้อ เอ็นข้อต่อ ช่วยให้โลหิตไหลเวียนดีขึ้น คลายความเครียด และช่วยให้นอนหลับดีขึ้น (2) การนวดเพื่อผ่อนคลายและรักษาอาการต่าง ๆ (3) การทานอาหารพืชผักสมุนไพรพื้นบ้าน เพื่อ ปรับสมดุลธาตุทั้ง 4 ของร่างกาย ช่วยให้ร่างกายแข็งแรง และมีภูมิต้านทานโรค (4) การออกกำลังกาย แบบฤๅษีดัดตน ที่ฝึกให้ร่างกายแข็งแรง (5) การทำสมาธิ และ (6) การอบแห้งหรือขาวน่า

หัวใจหลักของสปา มี 4 ประการคือ 1) การอาบน้ำ 2) การชำระร่างกาย 3) การ ให้ความร้อนร่างกาย และ 4) การขัดถู นวดเพื่อผ่อนคลาย

ทั้งนี้องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ต้องสัมพันธ์กับโสตประสาททั้ง 5 อันได้แก่

1) รูป สปาต้องสร้างบรรยากาศให้ร่มรื่น มีความรู้สึกผ่อนคลายจากธรรมชาติ ด้วยการตกแต่งสถานบริการ

2) รส สปาจะให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณสมบัติช่วยขับสารพิษที่ ตกค้างในร่างกาย ควบคู่กับการเสริมสร้างสุขภาพด้วยศาสตร์แห่งโภชนาการ

3) กลิ่น สปาจะใช้หลักของสวดมนต์ในการบำบัด ด้วยกลิ่นของพฤษชา ดอกไม้ หรือสมุนไพร เพื่อสร้างความสมดุลของร่างกาย จิตใจ และวิญญาณ

4) เสียง สปาจะใช้การนำเสียงเพลงบรรเลงมาช่วยในการผ่อนคลาย เปิดโอกาส ให้คนที่หลบเลี่ยงจากเสียงรบกวน มาแสวงหาความสงบในสถานบริการสปา เพราะเชื่อว่าเสียงนั้นมี พลังในการบำบัดโรค

5) สัมผัส สปาจะนำหลักการนวด ใช้สัมผัส ให้ความใส่ใจต่อองค์ประกอบของ ความเป็นมนุษย์แบบองค์รวม คือ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ เพื่อผ่อนคลาย ซึ่งเป็นการ นำเอาการนวดแผนโบราณซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับภูมิปัญญาตะวันตก

กิจกรรมต่าง ๆ ของสปา มีหลากหลายในบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ แตกต่างกัน ดังนั้น สปาแต่ละแห่งจึงพยายามสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้ บริการและกลับมาใช้ซ้ำอีก ทั้งนี้การเสนอบริการที่สปาที่นิยมใช้กัน ได้แก่ การแช่น้ำหรือการอบ

น้ำแร่ การนวด (The Generic Massage) การบำบัดผิวหน้า (Facial Treatment) การบำบัดผิวกาย (Body Treatment) การดูแลผม (hair Spa Treatment) การอบมีทั้งการอบแห้ง อบเปียก และอบสมุนไพร การออกกำลังกาย เช่น ว่ายน้ำ เทนนิส ฯลฯ การควบคุมอาหาร (Nutrition Therapy) การบำบัดแบบตะวันออกโบราณ เช่น ไทยชี ชี่กง การฝังเข็ม โยคะ ฯลฯ การใช้สมุนไพร (Herbal Therapy) มาเป็นอาหารหรืออาหารเสริม และใช้บำรุงผิวพรรณ เสริมความงามในรูปแบบที่หลากหลาย ดนตรีบำบัด (Music Therapy) การบำบัดที่ใช้แสง สี และคลื่นแสง (Color – Light – Solar Therapy) หินบำบัด (Crystal Therapy หรือ Rock Therapy) การนำเอากิจกรรมที่หลากหลายมาใช้เพื่อการผ่อนคลาย (Hobby Therapy) สปาหู (Ear Aromatherapy หรือ Ear Candling) สปาเพื่อการรักษาพยาบาล

### สปากับการคลายความเครียด

หลายคนไปใช้บริการสปาเพื่อแช่น้ำแร่ออกกำลังกายในน้ำหรือได้รับการนวดในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ล้วนทำให้ร่างกายผ่อนคลายคลายความกังวล ทำให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า ความเครียดลดน้อยลงการแช่ตัวอยู่ในน้ำแร่ที่อุ่นสบาย ทำให้หลอดเลือดตามผิวหนังขยายตัว เหงื่อออกกล่อมเนื้อผ่อนคลายลง สารเคมีไม่คั่งค้างอยู่ในกล้ามเนื้อการไหลเวียนของเลือดสะดวก ช่วยการอบน้ำ อบสมุนไพรหรือชาสมุนไพร ก็ทำให้เกิดผลเช่นเดียวกันได้ ซึ่งเหมาะกับวัยหนุ่มสาวหรือผู้ที่ร่างกายแข็งแรงปราศจากโรคโรงแรม ที่พักตากอากาศ หรือรีสอร์ทต่างๆ ที่ให้บริการสปามักจะอยู่ใกล้กับธรรมชาติ ซึ่งการที่ได้ไปอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีทิวทัศน์สวยงามได้ชมทะเล ภูเขา น้ำตก และบรรยากาศที่ร่มรื่น เต็มไปด้วยต้นไม้ใบหญ้าที่เขียวขจี อากาศที่บริสุทธิ์ ไม่มีมลภาวะ ทำให้สุขภาพสบายใจ จิตใจผ่อนคลายทำให้คลายเครียดได้ อีกทั้งการใช้ประโยชน์จากน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากส่วนต่าง ๆ จากพืชสมุนไพร ทั้งผล ใบ เปลือก และดอกเพื่อสร้างความสบายและความสมดุลให้แก่ร่างกาย จิตใจและอารมณ์ไม่ว่าจะเป็นการแช่ตัวในน้ำที่อบวลด้วยความหอม การนวดเพื่อผ่อนคลายหรือการสร้างบรรยากาศความหอมในห้อง ก็ล้วนมีผลในการเปลี่ยนแปลงตามสภาพอารมณ์จิตใจและร่างกายของเราให้รู้สึกสดชื่นผ่อนคลายน้ำมันหอมระเหยยังมีคุณสมบัติต่อร่างกายอีกมากมายบางชนิดทำให้เกิดความอุ่นหรือความเย็น บางชนิดให้ความชุ่มชื้นและนุ่มนวลบางชนิดให้ความสมดุลและปลอดภัย โปร่ง น้ำมันหอมระเหยนอกจากจะสัมผัสกับเราทางด้านผิวกายแล้วก็ยังสามารถมีอิทธิพลต่อระบบภายในร่างกายอีกด้วย

### สปาบรรเทาอาการของโรคเรื้อรังได้

การทำสปาโดยการแช่น้ำธรรมชาติ หรือน้ำแร่ หรือเป็นการออกกำลังกายในน้ำ ภายใต้การดูแลของนักกายภาพบำบัดหรือแพทย์ จะช่วยรักษาโรคเรื้อรังได้หลายชนิดเหมาะสำหรับเด็ก ผู้สูงอายุ และผู้ที่มีโรคทางกระดูกข้อต่อและกล้ามเนื้อโดยเฉพาะอาการปวดหลัง ปวดศีรษะ ข้อเสื่อม หักปวดกล้ามเนื้อเคล็ดขัดยอก และกระดูก สำหรับผู้ที่เป็นโรคหัวใจสามารถออกกำลังกายในน้ำได้แรงลอยตัวของน้ำทำให้น้ำหนักตัวลดลงหัวใจจึงไม่ต้องทำงานหนักเช่นเดียวกับการออกกำลังกายบนบกคนที่เป็นโรคปอด ไม่ควรออกกำลังกายในน้ำลึกเนื่องจากแรงกดของน้ำจะทำให้หายใจลำบากคนที่อ่อนกำลังลงจากเลือดไปเลี้ยงสมองไม่เพียงพอ หรือนอนเป็นเวลานานออกกำลังกายในน้ำได้เด็กที่กล้ามเนื้อลีบเล็กลงจากโรคโปลิโอ หรือเด็กสมองพิการเมื่ออยู่ในน้ำจะคล่องแคล่วว่องไว และว่ายน้ำได้ดี ผู้ที่มีโรคเรื้อรังหรืออาการปวดเรื้อรัง ควรปรึกษาแพทย์ หรือนักกายภาพบำบัด ก่อนตัดสินใจ

ทำสปาโดยการออกกำลังกายในน้ำ และควรควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดโดยนักกายภาพบำบัด (ประโยชน์ บุญสินสุข และรัมภา บุญสินสุข. 2547: 11-12)

### สปากับความงาม

ปัจจุบันสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จะเปิดบริการเสริมความงามควบคู่ไปกับการส่งเสริมสุขภาพในความเป็นจริงแล้ว สุขภาพกับความงามสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้งซึ่งความงามไม่ได้หมายถึงการเขียนคิ้ว แต่งหน้า ตัดขนตาปลอม แต่ความงามหมายถึง ผิวหนังที่แต่งตั้งไม่ปรากฏรอยย่นตีนก่าก่อนวัยซึ่งมักเป็นผลข้างเคียงจากการใช้เครื่องสำอางมากเกินไปทำให้ผิวหนังสูญเสียความยืดหยุ่น สีสันของเครื่องสำอางล้วนมาจากสารเคมีชนิดต่างๆอาจมีพิษต่อผิวหนังทั้งทางตรง คือ ทำให้เกิดอาการแพ้ หรือทางอ้อม คือทำให้ร่างกายเป็นพิษ ดังนั้นการใช้เครื่องสำอาง จึงมีวิธีทำให้เกิดความสวยงามตรงกันข้าม กลับบั่นทอนความสวยงาม การมีสุขภาพที่ดี ทำให้ร่างกาย ผิวหนังเปล่งปลั่งใบหน้าสดใส ย่อมเป็นที่ชวนให้มอง ทั้งในเพศชายและเพศหญิงการดูแลผิวพรรณไม่ให้แห้งกร้าน เป็นสิ่งที่สถานประกอบการสปาให้บริการได้ดีการบริการเสริมความงามของสถานประกอบการสปา มีบริการหลายๆ อย่างยังไม่ได้รับการพิสูจน์ว่าได้ผลตามที่ผู้ผลิตหรือผู้บริโภคต้องการแต่ถ้าทำกันอย่างถูกสุขลักษณะ โดยผู้ที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดีย่อมหมายถึงการมีความปลอดภัยระดับหนึ่งแต่อย่าหลงเชื่อสรรพคุณที่ระบุเกินความเป็นจริง (ประโยชน์ บุญสินสุข และรัมภา บุญสินสุข. 2547: 13-14)

### บทสรุป

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ล้วนให้ความสำคัญกับสุขภาพกายมากขึ้นโดยเฉพาะสุขภาพสตรีที่รักความสวยความงามซึ่งสปาเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถเข้าถึงบริการได้สะดวกอีกทั้งสปาให้บริการหลายรูปแบบ เช่น แบบตะวันตก แบบประยุกต์และสปาไทยก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยความที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นศาสตร์ที่มอบให้ทั้งความงามและสุขภาพที่ดีไปพร้อมๆกันประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้านสุขภาพอย่างชัดเจนโดยมีการกำหนดคำจำกัดความ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข SPA คือสถานี่อำนวยความสะดวกทางด้านการบำบัดทั้งกายภาพ จิตใจและอารมณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพที่ดีและชีวิตที่ผาสุกสปาต้องใช้น้ำในแง่ของการรักษาและบำบัดสปาที่มีพื้นฐานมาจากการใช้ประโยชน์ของวิตามินและแร่ธาตุจากธรรมชาติให้การบรรเทาอาการบาดเจ็บจากการเล่นกีฬา ผ่านการรักษาด้วยวิธีการทางการแพทย์ที่ครบครันผ่อนคลายความตึงเครียด ให้การดูแลและทะนุถนอมทั้งความงามทางร่างกายและอารมณ์ความรู้สึก ให้ความสำคัญและความเคารพเรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเพราะการมีสิ่งแวดล้อมที่ดีนั้นจะเอื้อต่อการมีสุขภาพแบบองค์รวมที่ดีด้วยเช่นกัน

## 2.3 สุนทรบำบัด

สุนทรบำบัด (Aromatherapy, Aromatherapie) เป็นการแพทย์ทางเลือกแบบหนึ่ง ที่อาศัยกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติ ซึ่งมีฤทธิ์ต่อร่างกายและจิตใจของมนุษย์ในการป้องกันและรักษาโรคหรืออาการเจ็บป่วยที่ไม่ร้ายแรงทั้งทางร่างกายและจิตใจ

น้ำมันหอมระเหยสามารถเข้าสู่ร่างกายได้หลายทางคือ การสูดดม การซึมผ่านผิวหนัง และการรับประทาน โดยทั่วไปเมื่อพูดถึงสุนทรบำบัด จะเน้นเฉพาะการสูดดมและการซึมผ่านผิวหนัง ส่วนการรับประทานน้ำมันหอมระเหยโดยตรง จะมีใช้เฉพาะในบางประเทศ เช่น ฝรั่งเศส ซึ่งมีค่าที่ใช้

เรียกศาสตร์ในเรื่องนี้ว่า aromatology โดยเน้นเรื่องการรักษาโรคมามากกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นจะเห็นว่า สุนทรบำบัดจะเน้นเฉพาะการสูดดมและการซึมผ่านผิวหนังของน้ำมันหอมระเหย

การได้กลิ่นเกิดขึ้นในระดับจิตใต้สำนึก (subconscious) และเกิดขึ้นได้รวดเร็วภายในเสี้ยววินาทีขบวนการของการได้กลิ่นเกิดขึ้น 3 ขั้นตอน ดังนี้ เมื่อโมเลกุลของสารที่ระเหยได้ถูกสูดเข้าสู่โพรงจมูกของมนุษย์ก็จะถูกจับโดย olfactory epithelium ซึ่งมีปลายประสาทจำนวนนับล้านอยู่นั้นคือขั้นตอนการรับข้อมูล (reception) ข่าสารในรูปของกระแสไฟฟ้า (electrochemical message) แล้วก็จะถูกส่งข้อมูลไปยัง olfactory bulb ผ่านทาง olfactory tract ไปยังส่วนของสมองที่เรียกว่า limbic system ขั้นตอนนี้คือ การส่งผ่านสัญญาณ (transmission) เมื่อสมองส่วน hypothalamus ได้รับข่าสารแล้ว จึงส่งต่อไปยังส่วนอื่นของสมองที่ควบคุมอารมณ์และจิตใจ รวมทั้งส่งข่าสารต่อไปยังต่อมไร้ท่อและกระแสเลือด นั่นคือขั้นตอนของ การรับรู้ข้อมูล (perception) ส่วนหนึ่งของโมเลกุลสารระเหยที่ถูกสูดดมเข้าไปจะเดินทางไปยังปอด ขณะที่ผ่านเยื่อเมือกที่บุทางเดินหายใจโมเลกุลก็ถูกดูดซึมเข้ากระแสเลือดเช่นเดียวกับที่ถุงลมปอด (alveoli) ที่มีการแลกเปลี่ยนก๊าซออกซิเจน ทำให้โมเลกุลของสารระเหยเข้าสู่เลือดที่ไหลเวียนในปอด ดังนั้นการสูดดม น้ำมันหอมระเหยจึงช่วยแก้ไข้ปัญหาของระบบทางเดินหายใจได้ โมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยที่ไปสู่สมองส่วนต่างๆ จะกระตุ้นให้สมองส่วนต่างๆหลั่งสารบางชนิด เช่น endorphin, enkephalin, serotonin เป็นต้น

น้ำมันหอมระเหยมีโมเลกุลขนาดเล็กและมีความสามารถละลายได้ดีในไขมัน ดังนั้นจึงสามารถซึมผ่านชั้นผิวหนังได้ง่ายและรวดเร็ว โมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยที่ซึมผ่านชั้นผิวหนังแล้ว จะเข้าสู่กระแสเลือดผ่านทางเส้นเลือดฝอย ในขณะที่ผิวหนังที่ชั้นของผิวหนังก็มีปลายประสาทและหลอดน้ำเหลือง ดังนั้นโมเลกุลของน้ำมันหอมระเหย จึงมีโอกาสสัมผัสปลายประสาทและเกิดการส่งข่าสารไปสู่สมอง เช่นเดียวกับการสูดดมส่วนหนึ่งของน้ำมันหอมระเหยที่ซึมผ่านผิวหนัง จะเข้าสู่ระบบน้ำเหลืองและเดินทางไปสู่ส่วนต่างๆของร่างกายผ่านระบบเลือดและน้ำเหลือง

มีการศึกษาพบว่า หลังจากการนวดร่างกายด้วยน้ำมันลาเวนเดอร์ (lavender oil) 2% ในน้ำมันพืชแล้วสามารถตรวจสอบสาร linolol และ linalyl acetate ในกระแสเลือดได้ที่เวลา 20 นาทีและหายไปภายใน 90 นาที

การสูดดมน้ำมันหอมระเหยเข้าสู่ร่างกายเกิดได้ง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากไม่มีสิ่งขวางกั้น (barrier) เหมือนเช่นผิวหนัง ซึ่งประกอบด้วยเนื้อเยื่อหลายชั้น โดยปกติผิวหนังยอมให้น้ำและสารที่ละลายในน้ำผ่านเข้าออกได้ง่ายกว่าสารที่ละลายในไขมัน อย่างไรก็ตามเมื่อโมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยซึมผ่านชั้นหนังกำพร้า (epidermis) ไปแล้ว ก็จะสามารถเข้าสู่ระบบเลือดระบบน้ำเหลืองและสัมผัสกับปลายประสาทในชั้น หนังแท้ (dermis) ได้

นอกเหนือจากการสูดดมและการซึมผ่านผิวหนังแล้ว น้ำมันหอมระเหยสามารถเข้าสู่ร่างกายโดยการรับประทาน เช่น ยาเตรียมที่มีน้ำมันเปปเปอร์มินท์ (peppermint oil) น้ำมันส้ม (orange oil) น้ำมันเทียนสัตตบุษย์ (anise oil) เป็นส่วนผสม

น้ำมันหอมระเหยมีฤทธิ์ต่อระบบสรีรวิทยาของร่างกายและจิตใจทั้งทางตรงและทางอ้อมตัวอย่างเช่น ถ้ารับประทานน้ำมันเปปเปอร์มินท์สามารถช่วยบรรเทาอาการท้องอืด นั่นคือออกฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาต่อระบบทางเดินอาหาร เป็นยาขับลม (carminative) ในขณะที่ถ้าสูดดม

น้ำมันเปปเปอร์มินท์สามารถช่วยกระตุ้นระบบทางเดินหายใจ ให้บรรเทาอาการหายใจไม่สะดวก ในขณะเดียวกันที่มีฤทธิ์ทำให้ตื่นตัวกระปรี้กระเป่าและมีสมาธิ

น้ำมันหอมระเหยแต่ละชนิด มีฤทธิ์ต่อร่างกายและจิตใจหลายอย่าง ขึ้นกับวิธีการใช้น้ำมันหอมระเหยต่อร่างกายและปริมาณที่ใช้ (Dose) ดังตัวอย่างของน้ำมันเปปเปอร์มินท์ที่กล่าวมาแล้ว น้ำมันหอมระเหยมีได้ออกฤทธิ์ต่อร่างกายและจิตใจเฉกเช่นยาสังเคราะห์ ซึ่งจะมุ่งตรงไปที่อวัยวะที่มีปัญหาหรือเป็นโรค แต่น้ำมันหอมระเหยจะออกฤทธิ์ โดยทำให้ร่างกายมีสภาพปกติหรือภาวะสมดุลของร่างกาย เช่นกระตุ้นอวัยวะที่ทำหน้าที่น้อยลง (hypoactive organ) และทำให้อวัยวะที่ทำหน้าที่มากเกินไป (hyperactive organ) กลับสู่สภาพปกติ

การสูดดมน้ำมันหอมระเหย มีผลต่อจิตใจโดยโมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยสัมผัสกับ olfactory nerve ทำให้เกิดกระแสประสาทส่งต่อไปยังส่วนของสมองที่เรียกว่า limbic system ซึ่งรับและตอบสนองความจำ ความพอใจและอารมณ์โมเลกุลของน้ำมันหอมระเหย ทำให้สมองปลดปล่อย neurochemicals บางชนิดออกมา เช่น น้ำมันแคลรีเสจ (clary sage oil) และ น้ำมันเกรฟฟรุต (grapefruit oil) กระตุ้น thalamus ให้หลั่ง enkephalins ซึ่งสามารถลดอาการเจ็บปวดและทำให้รู้สึกดีขึ้น ในขณะที่น้ำมันดอกมะลิ (jasmine oil) และ น้ำมันดอกกระดังงา (ylang ylang oil) กระตุ้น pituitary gland ให้หลั่ง endorphins ทำให้เกิดการผ่อนคลายและภาวะสมดุล น้ำมันมาร์จอราม (marjoram oil) กระตุ้น Raphe nucleus ให้หลั่ง serotonin ทำให้สงบและง่วงนอนในขณะที่น้ำมันเปปเปอร์มินท์กระตุ้นให้อยู่ในสภาวะตื่น

ในเรื่องการจดจำกลิ่น olfactory system มีกลไกเหมือนกุญแจและดอกกุญแจ (lock and key mechanism) กล่าวคือกุญแจเป็นการบันทึกความจำกลิ่นเอาไว้ ในขณะที่ดอกกุญแจคือกลิ่นที่จะเปิดประตูความจำออกมา เมื่อมนุษย์ได้กลิ่นนี้ครั้งแรกก็จะบันทึกเป็นความจำเอาไว้ เมื่อได้กลิ่นนี้อีกครั้งก็จะระลึกหรือเรียกคืนความจำเกี่ยวกับกลิ่นนี้ได้ จึงสามารถใช้น้ำมันหอมระเหยช่วยให้ความจำดีขึ้นได้มีการทดสอบความจำโดยให้สูดดมน้ำมันโรสแมรี่ (rosemary oil) และกลิ่นช็อคโกแลต (chocolate) พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำได้ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ดมกลิ่นอะไร anetol ซึ่งมีอยู่ในน้ำมันเทียนข้าวเปลือก (fennel oil) และน้ำมันเทียนสัตตบุษย์ เป็น methylester ของ estrone และมีฤทธิ์คล้ายเอสโตรเจน (estrogen) ดังนั้นจึงเป็นที่ยืนยันว่าน้ำมันเทียนข้าวเปลือกและน้ำมันเทียนสัตตบุษย์ช่วยกระตุ้นการหลั่งน้ำนมของผู้หญิง และเป็นไปได้ว่าอาจใช้น้ำมันหอมระเหยที่มีฤทธิ์คล้ายเอสโตรเจน (estrogen) ในการบำบัดภาวะไม่สมดุลของฮอร์โมนได้

น้ำมันหอมระเหยมี bio-electrical frequency ที่สามารถวัดได้ เชื่อว่าสารที่มี frequency สูงสามารถป้องกันการเกิดโรคที่มี frequency ต่ำกว่าได้มีการทดลองแสดงให้เห็นว่าถ้า frequency ของสมองซีกซ้ายและขวาต่างกันจะทำให้ปวดศีรษะเมื่อสูดดมน้ำมันหอมระเหยเช่น น้ำมันคาโมไมล์ (chamomile oil) และน้ำมันลาเวนเดอร์ (lavender oil) จะทำให้ frequency ของศีรษะอยู่ในภาวะสมดุล อาการปวดศีรษะก็จะหายไป ดังนั้นน้ำมันหอมระเหยจึงสามารถป้องกันและรักษาโรคได้ เชื้อจุลินทรีย์มี frequency ต่ำกว่าน้ำมันหอมระเหย ดังนั้นการฉีดพ่นน้ำมันหอมระเหยในห้องจะช่วยลดปริมาณจุลินทรีย์ที่มีอยู่ และออกซิเจนที่ปลดปล่อยจากโมเลกุลของน้ำมันหอมระเหยช่วยทำให้อากาศสดชื่นสิ่งแวดล้อมดีขึ้น ช่วยให้เกิดบรรยากาศที่ผ่อนคลาย สามารถลดภาวะความตึงเครียดและปวดศีรษะได้

น้ำมันหอมระเหยสามารถเข้าสู่ร่างกายได้ 3 ช่องทาง คือ การรับประทาน การสูดดม และการซึมผ่านผิวหนัง วิธีการรับประทานน้ำมันหอมระเหยโดยตรง เพื่อผลทางการรักษาซึ่งเรียกว่า aromatology นิยมใช้ในบางประเทศเช่นฝรั่งเศสเท่านั้น ในประเทศอื่น ๆ มักจะไม่รวมการรับประทาน น้ำมันหอมระเหยโดยตรงอยู่ในสுகนธบำบัดแต่ก็มีบ้างในยาเตรียมบางตำรับ เช่น ยาขับลมที่มี น้ำมันเปปเปอร์มินท์เป็นส่วนประกอบสำคัญในการออกฤทธิ์อย่างไรก็ดี ก่อนที่จะรับประทานน้ำมันหอมระเหย จำเป็นต้องศึกษารายละเอียดสารประกอบสำคัญที่มีอยู่ในน้ำมันหอมระเหยปริมาณและวิธีการใช้อย่างปลอดภัย รวมทั้งระยะเวลาที่ควรใช้ติดต่อกันวิธีการรับประทานน้ำมันหอมระเหยโดยตรง จะต้องเจือจางด้วยน้ำมันพืชหรือแอลกอฮอล์หรือน้ำ ให้มีความเข้มข้นพอเหมาะ การรับประทานน้ำมันหอมระเหยใช้ได้ผลดีกับอาการเจ็บคอและอาการไม่สบายท้อง

การสูดดม เป็นวิธีการใช้น้ำมันหอมระเหยที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วที่สุดร่างกาย ใช้เวลาเพียงเสี้ยววินาทีในการรับรู้กลิ่นน้ำมันหอมระเหย วิธีการใช้น้ำมันหอมระเหยโดยการสูดดม กระทำได้หลายวิธีคือ

1. หยดน้ำมันหอมระเหยใส่ผ้า สำลี กระดาษนุ่ม หรือ ฝ่ามือ แล้วสูดดมโดยตรง
2. หยดน้ำมันหอมระเหยใส่ในน้ำร้อนแล้วสูดดมไอที่ระเหยขึ้นมา วิธีการนี้คือควรระมัดระวังความร้อนจากไอน้ำและไอของน้ำมันหอมระเหยที่อาจสัมผัสได้ ดังนั้นควรปิดตาด้วยผ้าเสียก่อนที่จะสูดดม
3. การพ่นน้ำมันหอมระเหยเป็นละอองฝอยในห้อง หรือพื้นที่ที่ต้องการอาจผสมน้ำมันหอมระเหยกับน้ำหรือแอลกอฮอล์ ให้มีความเข้มข้นพอเหมาะ วิธีการนี้มักจะใช้ทำให้มีอากาศสดชื่นและลดปริมาณจุลินทรีย์และสารพิษในอากาศ
4. การทำให้น้ำมันหอมระเหยแพร่กระจายในห้อง โดยการใช้ตะเกียงน้ำมันหอมระเหยจุดด้วยเทียนไร้ควันหรือ electric diffuser อย่างไรก็ตามการใช้โดยวิธีนี้จะต้องระมัดระวังการเกิดอัคคีภัยด้วย ควรมีผู้ดูแลตลอดเวลา

สรรพสิ่งทั้งหลายในโลกล้วนมีทั้งคุณและโทษ น้ำมันหอมระเหยก็เช่นกัน ขึ้นกับว่าจะรู้จักนำมาใช้อย่างไร น้ำมันหอมระเหยมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาต่อร่างกายและจิตใจโดยไม่ต้องสงสัย ประจวบกับการซื้อขายน้ำมันหอมระเหยก็เป็นไปโดยอิสระ ไม่มีข้อกำหนดหรือข้อห้ามในการซื้อขาย และใช้ประโยชน์ อีกทั้งผู้ซื้อส่วนใหญ่ก็คือประชาชนทั่วไป ที่อาจจะไม่ได้มีความรู้หรือเชี่ยวชาญในเรื่องคุณสมบัติและการใช้ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหย และมักจะได้รับการบอกเล่าจากผู้ขายในเชิงโฆษณาสินค้า ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะทั่วไปสำหรับการนำน้ำมันหอมระเหยไปใช้ประโยชน์ตามที่กล่าวอ้างในสรรพคุณ ดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษารายละเอียดของน้ำมันหอมระเหยก่อนที่จะนำมาใช้ เนื่องจากน้ำมันหอมระเหยแต่ละชนิดมีองค์ประกอบทางเคมีมากมาย และมีฤทธิ์ทางสรีรวิทยาต่อร่างกายและจิตใจแตกต่างกันออกไป
2. ควรทดสอบการแพ้และการระคายเคืองต่อผิวหนังของน้ำมันหอมระเหย โดยวิธี patch test ก่อนที่จะใช้น้ำมันหอมระเหยกับผิวหนัง
3. ก่อนที่จะทาน้ำมันหอมระเหยลงบนผิวหนัง ควรเจือจางด้วยน้ำมันพา (carrier oil) เพื่อลดอาการระคายเคือง

4. ไม่ควรทาน้ำมันหอมระเหยบริเวณตาผิวหนังอ่อนบางและเยื่อเมือก เพราะอาจจะทำให้เกิดอาการระคายเคืองได้

5. ไม่ควรรับประทานน้ำมันหอมระเหย นอกจากจะมีข้อบ่งชี้และวิธีใช้อย่างชัดเจน

6. เด็กผู้สูงอายุและสตรีมีครรภ์ ควรเพิ่มความระมัดระวังในการใช้น้ำมันหอมระเหย ถ้าต้องใช้ควรเจือจางลงให้มากกว่าคนปกติ

7. ผู้ที่มีโรคเรื้อรังประจำตัว เช่น โรคมะเร็ง ความดันโลหิตสูง โรคลมชัก ผิวหนังที่ไวต่อการแพ้ควรหลีกเลี่ยงการใช้น้ำมันหอมระเหยด้วยตนเอง ควรปรึกษาแพทย์ที่ดูแลสุขภาพประจำตัวเสียก่อน

8. การใช้น้ำมันหอมระเหยที่ได้จากพืชตระกูลส้ม (citrus) เช่น น้ำมันส้ม น้ำมันมะนาว น้ำมันมะกรูด น้ำมันดอกส้ม ควรหลีกเลี่ยงการถูกกับแสงแดด อาจจะทำให้เกิดภาวะพิษเหตุแสง (photosensitivity) ได้ เนื่องจากผลของพืชตระกูลส้มมักมีสารกลุ่ม furanocoumarins ซึ่งเป็นสาเหตุก่อให้เกิดภาวะพิษเหตุแสงสะสมอยู่ ซึ่งจะทำให้ผิวหนังบริเวณที่ทาหรือสัมผัสกับน้ำมันหอมระเหยที่มีสารก่อให้เกิดภาวะพิษเหตุแสงสะสมอยู่จะเกิดสีผิวที่เข้มขึ้นหรือหมองคล้ำลงกว่าเดิม และมีโอกาสก่อให้เกิดมะเร็งผิวหนังได้

9. น้ำมันหอมระเหยที่มีองค์ประกอบทางเคมีเป็น cinnamaldehyde เช่น น้ำมันอบเชยเทศน้ำมันอบเชยจีน อาจทำให้ผิวหนังผื่นแดงได้

10. น้ำมันหอมระเหยบางชนิด เช่น น้ำมันระกำ (wintergreen oil) น้ำมันพริกไทย (pepper oil) น้ำมันขิง (ginger oil) น้ำมันไทม์ (thyme oil) ควรใช้ในขนาดที่เจือจางมากๆ เพราะจะทำให้เกิดอาการร้อนแดงได้

11. ควรเก็บรักษาน้ำมันหอมระเหยในภาชนะกันแสงได้ ฝาปิดสนิทและเก็บไว้ในที่เย็น

12. เก็บน้ำมันหอมระเหยให้พ้นมือเด็ก

คงจะไม่มีใครปฏิเสธว่าไม่ชอบกลิ่นหอม ถึงแม้ว่ากลิ่นหอมของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันก็ตามการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีกลิ่นหอมที่ชอบจะทำให้จิตใจสดชื่นอารมณ์ดี ซึ่งจะส่งผลต่อสุขภาพของร่างกายด้วย ดังนั้นกลิ่นหอมจึงมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันตลอดมา น้ำมันหอมระเหยเป็นแหล่งที่มาของกลิ่นหอมจากธรรมชาติ ซึ่งจะให้กลิ่นหอมที่นุ่มนวลกว่าน้ำมันหอมที่ได้จากการสังเคราะห์น้ำมันหอมระเหย สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้หลายประการ คือ

1. ใช้เป็นยารักษาหรือป้องกันโรคน้ำมันหอมระเหยหลายชนิด ออกฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาต่อร่างกายมนุษย์ เช่น น้ำมันเปปเปอร์มินท์ช่วยกระตุ้นให้ลำไส้มีการเคลื่อนไหว จึงใช้เป็นส่วนประกอบของยาที่ช่วยบรรเทาอาการท้องอืดท้องเฟ้อ เช่นเดียวกับน้ำมันขิงที่มีฤทธิ์เป็นยาขับลม (carminative) น้ำมันโพลีมูทรีต้านการอักเสบ (anti-inflammatory) จึงใช้บรรเทาอาการเคล็ดขัดยอกของกล้ามเนื้อและข้อ น้ำมันหอมระเหยบางชนิดมีฤทธิ์ยับยั้งแบคทีเรีย เช่น น้ำมันเปปเปอร์มินท์, น้ำมันสเปียร์มินท์ (spearmint oil), น้ำมันกานพลู (clove oil) จึงใช้เป็นส่วนประกอบของน้ำยาบ้วนปาก

2. ใช้เป็นสารปรุงแต่งกลิ่นในอาหารยาและเครื่องสำอางน้ำมันหอมระเหย คือ น้ำมันผิวส้ม น้ำมันหอมระเหยที่ได้จากเครื่องเทศ (spices) เช่น น้ำมันกระวาน น้ำมันขิง น้ำมันกะเพรา น้ำมันใบมะกรูด น้ำมันตะไคร้ เป็นต้น

3. ใช้เป็นสารปรุงแต่งกลิ่นในน้ำหอมและเครื่องสำอาง ส่วนมากจะเป็นน้ำหอมระเหยที่ได้จากดอกไม้ เช่น น้ำมันกุหลาบ น้ำมันมะลิ น้ำมันกระดังงา น้ำมันลาเวนเดอร์ น้ำมันโรมันคาโมไมล์ เป็นต้น

4. ใช้ในสุนทรบำบัดเนื่องจากกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยแต่ละชนิด มีผลต่อจิตใจและร่างกาย ดังนั้นจึงมีการนำน้ำมันหอมระเหยมาใช้ในการบำบัดโรคและอาการไม่สบายทั้งทางร่างกายและจิตใจโดยการสูดดมและทาผิวหนัง ซึ่งสามารถช่วยลดการใช้ยาแผนปัจจุบันลงได้ อย่างไรก็ตามก่อนนำน้ำมันหอมระเหยแต่ละชนิดมาใช้ จำเป็นจะต้องศึกษารายละเอียดให้ถ่องแท้เสียก่อน น้ำมันหอมระเหยมีทั้งคุณและโทษเช่นเดียวกับยา

5. การใช้ประโยชน์อื่นๆ เช่น น้ำยาปรับอากาศ (air freshener) ผลิตภัณฑ์ไล่แมลง ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นไม่พึงปรารถนา เป็นต้น

6. น้ำมันหอมระเหยสูตรพิเศษ เช่น HydroHealth Uniquely Blend Essential Oil ประกอบด้วย

- Grape fruit (เกรฟฟรุต) มีคุณสมบัติในการขจัดเซลล์โลท์ บรรเทาอาการเครียดและอาการอ่อนล้า แก้อาการซึมเศร้า และกระตุ้นพลัง

- Bergamot (เบอร์กามอต) มีคุณสมบัติในการแก้โรคซึมเศร้า ลดอาการล้า ลดความวิตกกังวล ลดอาการหุดหู่ ช่วยผ่อนคลาย ทำให้สดชื่น

- Geranium (เจอราเนียม) มีคุณสมบัติในการขับสารพิษ (detox) รักษาอาการติดเชื้อ แก้ปวด คลายเครียด บรรเทาอาการอ่อนล้า รักษาเซลล์โลท์ทำให้ผิวเรียบเนียน ผ่อนคลายและสร้างสมดุลของระบบฮอร์โมน

- Thyme (ไทม์) มีคุณสมบัติในการลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ต่อด้านเชื้อโรค ลดเซลล์โลท์ รักษาอาการเบื่ออาหาร ทำให้การไหลเวียนของเลือดดีขึ้น

- Lavender (ลาเวนเดอร์) มีคุณสมบัติในการบรรเทาอาการปวด แก้อาการซึมเศร้า คลายเครียด ฆ่าเชื้อโรค ลดอาการอักเสบ รักษาอาการปวดศีรษะ ช่วยผ่อนคลาย และปรับสมดุลให้กับร่างกาย

- Rosewood (โรสวูด) มีคุณสมบัติลดอาการคลื่นเหียน รักษาอาการปวดศีรษะ บรรเทาอาการเครียด ทำให้อารมณ์สงบและ รักษาโรคผิวหนัง

ทั้งนี้ น้ำมันหอมระเหยเป็นน้ำมันที่พืชผลิตขึ้นตามธรรมชาติ พบได้ในส่วนต่างๆ ของพืช เช่น ราก ลำต้น ใบ ผล ดอก เป็นต้น ได้จากการกลั่นด้วยน้ำ การกลั่นด้วยไอน้ำ การกลั่นด้วยน้ำและไอน้ำ และการบีบ ลักษณะพิเศษของน้ำมันหอมระเหย คือ มีกลิ่นและรสเฉพาะตัว ระเหยได้ง่ายที่อุณหภูมิธรรมดา นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบทางเคมีที่ซับซ้อน สารที่พบในน้ำมันหอมระเหย หากจัดแบ่งตามองค์ประกอบทางเคมี สามารถจัดแบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่

1. monoterpene เป็นสารที่มีคาร์บอนเป็นองค์ประกอบจำนวน 10 อะตอม ที่เกิดจากการเชื่อมกันของ isoprene (รูปที่ 2) ซึ่งเป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่เป็นโซ่กิ่ง 2 หน่วย ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ ดังนี้ (ฐาปนีย์, 2555; Dewick, 2001)

1.1 monoterpene hydrocarbon เช่น limonene, pinene, myrcene, sabinene น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก มะนาว (lime), มะนาวฝรั่ง (lemon), ส้ม (orange),

ดอกส้ม (neroli), สน (pine) น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติกระตุ้นระบบประสาทและระงับเชื้อ

1.2 monoterpene ketone เช่น carvone, menthone, camphor, thujone น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก เสดจ (sage), สเปียร์มินท์ (spearmint), คาราเวย์หรือเทียนตากบ (caraway), ฮิสสอพ (hyssop) น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติกระตุ้นประสาท เสริมสร้างเนื้อเยื่อ (tissue regeneration) ละลายเสมหะ (mucolytic) ระงับปวด และช่วยย่อยอาหาร แต่ควรระวังหากต้องการใช้ในสตรีมีครรภ์และให้นมบุตร

1.3 monoterpene aldehyde เช่น citral, citronellal, geranial น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก มะนาวฝรั่ง ตะไคร้ (lemongrass), ตะไคร้หอม (citronella grass), อบเชย ลังกา (cinnamon) น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติต้านอักเสบ ต้านไวรัส ลดไข้ (antipyretic) และสงบประสาท แต่มีข้อควรระวังในการใช้คือ อาจทำให้เกิดการระคายเคืองผิวง่ายและการแพ้ที่ผิวหนัง (skin sensitization)

1.4 monoterpene ester เช่น linalyl acetate, methyl salicylate น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก คาโมไมล์, เบอร์กามอต, โรสแมรี่, ลาเวนเดอร์ น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติแก้แสบ ต้านอักเสบ ต้านเชื้อรา ปรับสมดุลทางจิตใจ และช่วยผ่อนคลาย

1.5 monoterpene alcohol เช่น linalool, citronellol, geraniol, menthol, terpineol น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก เสดจ, ทีทรี (tea tree), ลาเวนเดอร์, เจอราเนียม (geranium), จูนิเปอร์ (juniper) น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติกระตุ้นระบบประสาท ต้านแบคทีเรีย และต้านไวรัส

1.6 phenolic monoterpene เช่น thymol, carvacrol น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก ไธม์ (thyme), กานพลู (clove), อบเชยลังกา, สน น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติกระตุ้นระบบประสาทและระบบภูมิคุ้มกัน และต้านแบคทีเรีย

1.7 monoterpene oxide/peroxide เช่น cineole, linalool oxide น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก ยูคาลิปตัส (eucalyptus), เสม็ดขาว (cajuput) น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติละลายเสมหะ ขับเสมหะ และต้านไวรัส แต่มีข้อควรระวังในการใช้คือ อาจทำให้เกิดการระคายเคืองผิวง่าย

2. sesquiterpene เป็นสารที่มีคาร์บอนเป็นองค์ประกอบจำนวน 15 อะตอม ที่เกิดจากการเชื่อมกันของ isoprene 3 หน่วย ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ ดังนี้ (ฐาปนีย์, 2555; Dewick, 2001)

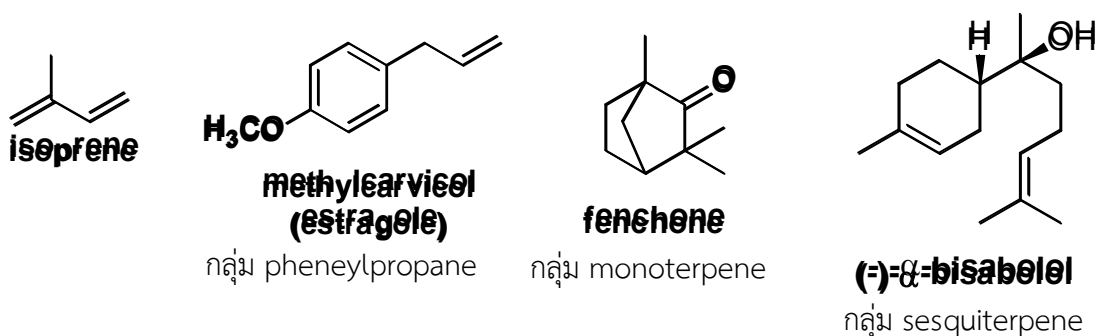
2.1 sesquiterpene alcohol เช่น bisabolol, zingiberol, patchulol (patchouli alcohol), santalol น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก เยอรมันคาโมไมล์ (German chamomile), ชิง (ginger), แพตชูลี หรือ พิมเสนตัน (patchouli), ไม้จันทน์ (sandalwood) น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติต้านอักเสบ ต้านแบคทีเรีย กระตุ้นการหลั่งสารของต่อมมีท่อ (stimulating glandular secretions) และช่วยการทำงานของระบบนำเหลืองและระบบภูมิคุ้มกัน

2.2 sesquiterpene เช่น chamazulene, caryophyllene น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้ได้จาก เยอรมันคาโมไมล์ น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติต้านอักเสบ และช่วยผ่อนคลาย

3. phenylpropanes เป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่ประกอบด้วยคาร์บอนจำนวน 9 อะตอม โดยมีการจัดเรียงตัวของคาร์บอนเป็นวงอะโรมาติก (aromatic ring) ขนาด 6 คาร์บอน เชื่อมต่อกับสายคาร์บอนความยาว 3 อะตอม (ภาพที่ 2.1) ซึ่งแบ่งกลุ่มได้ ดังนี้ (ฐาปนีย์, 2555; Dewick, 2001)

3.1 eugenol/cinnamic aldehyde พบได้ในน้ำมันหอมระเหยจากกานพลู, อบเชยจีน (cassia), อบเชยลังกา น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติด้านแบคทีเรีย และชาเฉพาะที่ (local anesthetic)

3.2 anethole/estragole เช่น พบได้ในน้ำมันหอมระเหยจากจันทน์เทศ (nutmeg), โหระพา (sweet basil), เทียนสัตบุษย์ (anise) เป็นต้น น้ำมันหอมระเหยในกลุ่มนี้มีคุณสมบัติแก้แกร็ง



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างโครงสร้างทางเคมีขององค์ประกอบบางชนิดในน้ำมันหอมระเหย (ที่มา Dewick, 2001)

พืชสร้างน้ำมันหอมระเหยขึ้นมา เพื่อป้องกันการรุกรานจากศัตรูพืช และรักษาความชุ่มชื้น ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยต่อมนุษย์ ได้แก่ ใช้ในการฆ่าเชื้อโรค บรรเทาอาการอักเสบ ลดบวม คลายเครียด หรือกระตุ้นให้สดชื่น เป็นต้น การใช้ประโยชน์ของน้ำมันหอมระเหยในทางสุนทรบำบัด นิยม ใช้โดยวิธีการสูดดม และวิธีสัมผัสทางผิวหนัง มักพบการใช้ น้ำมันหอมระเหยในทางสุนทรบำบัด มี 2 ประเภท ได้แก่ สุนทรบำบัดเพื่อการรักษาโรค คือ การใช้ น้ำมันหอมระเหยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาโรคและ/หรือการบรรเทาอาการของโรค และสุนทรบำบัดเพื่อความงาม คือ การใช้ น้ำมันหอมระเหยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความงามและการใช้ในเครื่องสำอาง (พิมพร, 2547; ฐาปนีย์, 2550; รัตนา, 2550)

ปัจจุบันห้องปฏิบัติการเทคโนโลยีสมุนไพรและสารออกฤทธิ์ทางชีวภาพ จากสถาบันวิจัย และพัฒนา รวมทั้งมหาวิทยาลัยต่างๆในประเทศไทย ได้ดำเนินการศึกษาและวิจัยการสกัดน้ำมันหอมระเหย การควบคุมคุณภาพ การทดสอบฤทธิ์ทางชีวภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุนทรบำบัดจากน้ำมันหอมระเหยและสารหอม ซึ่งได้จากพรรณไม้หอมไทย เช่น ดอกช่อนกลิ่น ดอกจำปี ดอกพุด และดอกกลิ่นหอม และจากสมุนไพร ได้แก่ พลู เสม็ดขาว ที่ทรี ยูคาลิปตัส ไพล ขมิ้น พริกไทยดำ อบเชย กานพลู เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจาก

สารหอมและน้ำมันหอมระเหย เช่น ผลិតภัณฑ์สเปรย์ต้านเชื้อจุลินทรีย์ปนเปื้อนในห้องน้ำสาธารณะ จากน้ำมันพลู สเปรย์ระงับกลิ่นเท้าจากน้ำมันทีทรี และผลิตภัณฑ์ สุคนธบำบัดชนิดต่างๆ ได้แก่ น้ำมันนวดตัวไพล น้ำมันนวดตัวกุชณา ไม้หอมปรับอากาศ สเปรย์ปรับอากาศ น้ำมันหยดตะเกียง เป็นต้น

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

#### 3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมในคุณสมบัติของแหล่งหรือทรัพยากร การท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยือน โดยคุณลักษณะดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามประเภทของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว นั้น ๆ (สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล, 2550) ในการพิจารณาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอาจพิจารณาจาก 3 คุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

##### 1) สิ่งดึงดูดจากการท่องเที่ยว (Attraction) ประกอบด้วย

1.1) สิ่งดึงดูดทางธรรมชาติ เช่น อากาศ ทิวทัศน์ ภูเขา ชายหาด เป็นต้น

1.2) สิ่งดึงดูดที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ รีสอร์ท เป็นต้น

1.3) สิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ หอศิลป์ ประเพณีวัฒนธรรม

ประจำถิ่น เป็นต้น

1.4) สิ่งดึงดูดทางสังคม เช่น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นต้น

##### 2) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว (Amenity) เป็นคุณลักษณะภายในของ

แหล่งท่องเที่ยว เช่น สาธารณูปโภค สาธารณูปการ การคมนาคม ที่พัก อาหาร สิ่งบันเทิงต่าง ๆ และการบริการข้อมูลข่าวสาร

##### 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) จากนิยามความสะดวกในการเข้าถึง

หมายถึง ความง่ายหรือความยากที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ ซึ่ง เป็นความสะดวกทั้งภายในแหล่งท่องเที่ยวและระหว่างแหล่งท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น จึงถือเอา โครงสร้างพื้นฐานทางด้านการคมนาคม ประกอบด้วย การเดินทางทางอากาศ ทางน้ำ ทางราง และ ทางถนน เป็นหลัก

ในการสร้างกระบวนการวางแผนและตัดสินใจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะต้องมีการวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

##### 1) การสำรวจเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่

2) การประเมินศักยภาพและจัดระดับของทรัพยากรภายในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การ กำหนดตัวชี้วัด การให้ค่าน้ำหนัก การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การ กำหนดเขตการใช้พื้นที่หรือเขตการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว และการควบคุมดูแลรักษาทรัพยากร การท่องเที่ยว เป็นต้น

รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ (2544) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้ SWOT Analysis และ Five Force Model เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้รูปแบบของ Five Force Model มีปัจจัย 5 ประการที่ต้องพิจารณา ได้แก่

1) คู่แข่งในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน (Industry Rivalry) ผู้บริหารสปาต้องศึกษาคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการประเภทเดียวกัน เพื่อให้ทราบถึงวิวัฒนาการ และความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความต้องการและอุปทานในสปา

2) ลูกค้า (Consumers) ต้องมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนเพื่อให้มีการจัดบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แม้ว่าลูกค้าจะมีความหลากหลายแต่อย่างไรก็ตาม จุดมุ่งหมายของลูกค้า คือ การได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผู้บริหารสปาต้องวิเคราะห์ความคาดหวัง (Expectation) เพื่อหาจุดที่เหมาะสมที่สุดในการให้บริการเพื่อให้การบริการเกิดคุณภาพที่ดี การบริหารความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านการพัฒนาการบริการเสริม การพัฒนาระบบการจองการใช้บริการ การประมาณการความต้องการที่ไม่ได้มาจากกลุ่มลูกค้าที่วางแผนไว้ การกำหนดราคาที่สูงใจลูกค้า รวมถึงการส่งเสริมการขายในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการน้อย เพื่อให้ได้รับรายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3) อุปทาน (Suppliers) การจัดการด้านอุปทาน จะเน้นที่การนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่าที่สุด และต้องจัดหาจากแหล่งที่มีต้นทุนต่ำในระดับที่ยอมรับได้ แนวทางการบริหารอุปทานต้องพิจารณาในความเตรียมพร้อมของสถานที่ และพนักงานเพื่อรองรับลูกค้า

4) คู่แข่งขันรายใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรม (New Entry) ธุรกิจสปา เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก เทคโนโลยีไม่สูง และโอกาสทางธุรกิจมีมาก จึงทำให้คู่แข่งขันรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องปรับตัวตลอดเวลา เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

5) สินค้าทดแทน (Substitution) การบริการด้านสุขภาพเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ในระดับครัวเรือนจนกระทั่งในระดับโลก แต่ความต้องการในบริการจะถูกกำหนดโดยผู้บริโภคที่มีศักยภาพหรือกำลังซื้อหรือไม่ แต่สิ่งที่น่าสังเกต คือ กลุ่มลูกค้าบางกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกลับไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพื่อแลกกับความสุขสบายในราคาที่สูง โดยเฉพาะการนวดซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะตัวของ ผู้ให้บริการ ซึ่งผู้บริโภคพร้อมที่จะทดลองของใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การทดแทนกันระหว่างสินค้าจึงเกิดขึ้นได้ง่าย

สำหรับแนวคิดด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้น ขั้นตอนในการศึกษา มีดังนี้

- 1) การดำเนินการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
- 2) กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และภารกิจ
- 3) วิเคราะห์ศักยภาพ ชัดความสามารถ ชัดจำกัดทางสิ่งแวดล้อม ชัดจำกัดทางการตลาด ชัดจำกัดของชุมชน และชัดความสามารถของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว
- 4) กำหนดยุทธศาสตร์ การจัดทำแผนปฏิบัติการท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความเหมาะสมของทรัพยากร
- 5) การวางแผนพัฒนาร่วมมือกับเครือข่ายในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน
- 6) การดำเนินการและประสานงานตามแผนปฏิบัติการ

7) การติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

สำหรับแนวทางการจัดการทางด้านการตลาดนั้น มีแนวทางการจัดการตามขั้นตอน คือ

1) การวิเคราะห์สถานการณ์ทางด้านการตลาด ได้แก่ การวิเคราะห์ SWOT การวิจัย และการเลือกตลาดเป้าหมาย

2) การวางแผนการตลาด ได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์ การตลาดตามส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาดทางตรง และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

3) ชั้นปฏิบัติการทางการตลาด ได้แก่ การจัดการองค์กร และการปฏิบัติการทางการตลาด

4) การควบคุมทางการตลาด

ทั้งนี้ในการวางแผนทางการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

1) การจัดทำข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพทั่วไปในปัจจุบัน สภาพทางการตลาด สภาพของสินค้า สภาพของลูกค้า และสภาพของการแข่งขัน เพื่อนำมาวิเคราะห์และหาแนวทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มีความเป็นไปได้ เช่น กำหนดกลุ่มอายุ กลุ่มสภาพสังคม กลุ่มรายได้ กลุ่มตามสภาพจิตวิทยา

3) การกำหนดวัตถุประสงค์ด้านการตลาด ซึ่งควรมีความชัดเจน เช่น ต้องการขยายจำนวนวันพัก จำนวนนักท่องเที่ยว หรือส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น

4) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านบุคลากร กลยุทธ์ด้านสภาพทางกายภาพ กลยุทธ์ด้านกระบวนการซื้อ กลยุทธ์ด้านการจัดองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ด้านความร่วมมือทางธุรกิจ

5) การกำหนดงบประมาณ โดยพิจารณาในแต่ละตลาดหรือแต่ละกิจกรรมให้เหมาะสม

6) การกำหนดเป้าหมาย ควรคาดคะเนเป้าหมายที่จะได้รับให้ชัดเจน

7) การติดตามและวัดผล เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพ ต้องมีการควบคุมและวัดผลการดำเนินการ เพื่อจะได้นำมาแก้ไขและปรับปรุงต่อไป

สำหรับการทำการตลาดเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ สามารถนำแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาประยุกต์ใช้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546) ซึ่งประกอบด้วย 8 องค์ประกอบของการบริหารบริการแบบผสมผสาน (8Ps') ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสนอขายเช่น รายการทัวร์แบบเหมา (Package Tour) เรือสำราญ (Cruise)

2) ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการและการกำหนดราคา

3) ช่องทางการจำหน่าย (Place or Process of Delivery) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการไปถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซื้อจำนวนที่มากขึ้น

5) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง บรรยากาศในขณะที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงในขณะที่กำลังบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที

6) กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวและการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

7) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการท่องเที่ยวหลาย ๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดเป้าหมาย เช่น รายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ เป็นต้น

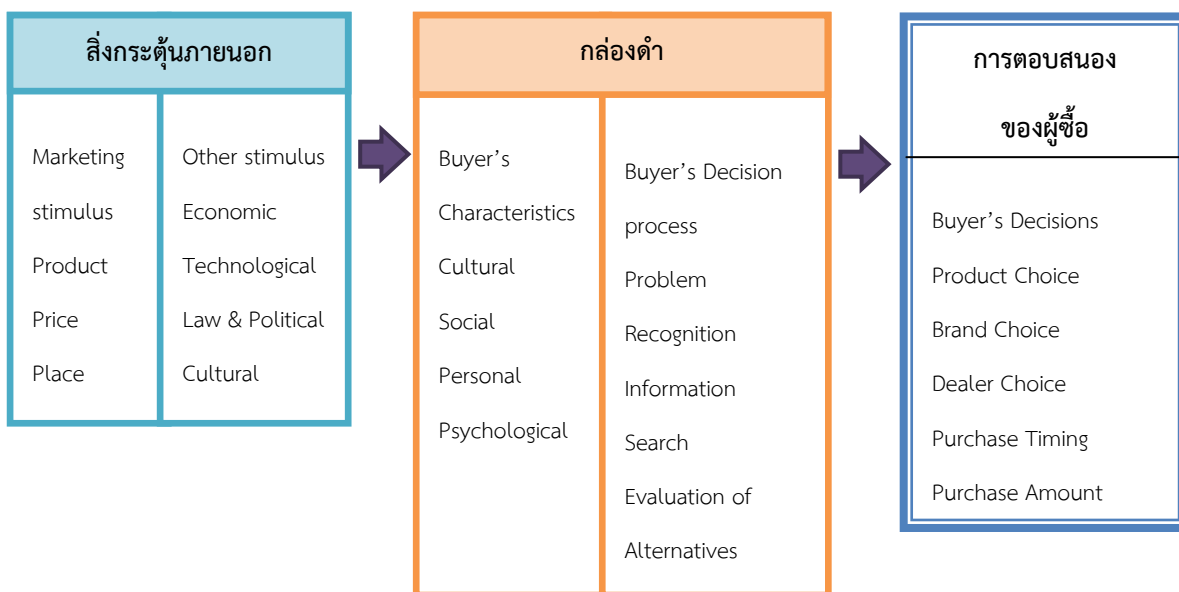
8) ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership or Participation) หมายถึง การประสานงานร่วมมือกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการและระดับราคาที่เหมาะสม

นอกจาก 8 Ps' ข้างต้นแล้ว ยังมีอีกหลายองค์ประกอบทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่หน่วยธุรกิจสามารถควบคุมได้ยากหรือควบคุมไม่ได้ เช่น บุคลากรท่องเที่ยว ประชาชน การเมือง ซึ่งมีผลกระทบต่อสถานการณ์การตลาดท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบ 4 Cs' ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาดยุคใหม่ ที่มองทางด้านความต้องการของผู้บริโภค และควรนำมาประยุกต์ใช้ร่วมแผนปฏิบัติการทางการตลาดด้วย ทั้งนี้ 4 Cs' ประกอบด้วย

- 1) Consumer Need หมายถึง ผลผลิตหรือขายสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้า
- 2) Consumer Benefits หมายถึง ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ
- 3) Convenience หมายถึง ความสะดวกในสินค้าและบริการ
- 4) Communication หมายถึง การรับรู้ข่าวสารในสินค้าและบริการ

### 3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดการกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยสิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายหรือภายนอกร่างกาย เป็นสิ่งจูงใจในการซื้อสินค้าทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านไปทีกล่องดำ (Black Box) หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อจากนั้นจึงเกิดการตอบสนองของผู้ซื้อ เช่น มีการตัดสินใจในการเลือกตราสินค้า เลือกผู้ขาย และกำหนดปริมาณในการซื้อ โดยเมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้าความรู้สึกนึกคิด เสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งใดบ้าง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักขิตานนท์ และ ศุภกร เสรีรัตน์ (2539)



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค  
(ที่มา: Phillip Kotler, Garry Armstrong, 1996, P. 143)

จากภาพที่ 2.2 มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

1) สิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้า (Buying Motives) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากความต้องการภายใน และอาจเกิดขึ้นจากความต้องการภายนอก ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ขายต้องให้ความสนใจ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าโดยการชักชวนของผู้ขาย สิ่งกระตุ้นภายนอกมี 2 ส่วน ดังนี้

1.1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด สามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าและบริการ สิ่งกระตุ้นนี้ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

1.2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่อยู่ในขอบเขตความควบคุมขององค์กร ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) ได้แก่ รายได้ และภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทุกประเภทรวมถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถกระตุ้นความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคได้

- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เกิดจากการทำงานของภาครัฐบาลเป็นสำคัญ เช่น การที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ย่อมเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มสูงขึ้น

- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น สถานทางสังคมและสถานะทางครอบครัว เป็นต้น

2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติของผู้บริโภคหลังจากได้รับแรงกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ แล้วนั้น เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการไม่สามารถคาดการณ์ได้ ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องพยายามค้นคว้าถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ได้พบ เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งต่อไปนี้

2.1) ลักษณะของผู้ซื้อหรือพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือให้บริการ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อหรือพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ ดังต่อไปนี้

- ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมและสิ่งที่คนในแต่ละกลุ่มสร้างขึ้นจากการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และร่วมกันใช้อยู่ภายในแวดวงของตน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากวัฒนธรรมได้แทรกซึมอยู่ในการดำเนินชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่จะพิจารณาให้เห็นถึงการบริโภคและการใช้สินค้าตลอดจนตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคแต่ละคน

- ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนในสังคม ปัจจัยด้านสังคม ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงครอบครัว สถานภาพ และบทบาทของผู้บริโภคในสังคม

- ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นปัจจัยภายใน ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล การศึกษา เป็นต้น

- ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ จะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ตลอดจนความเชื่อและทัศนคติ

2.2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process) การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ (Problem Recognition) การหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และการประเมินค่าภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) การตอบสนองของผู้บริโภค หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice )
- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำ ซึ่งดำเนินต่อไปจนสำเร็จ ณ ระดับหนึ่ง ก่อนหน้าที่ผู้บริโภคจะมีการแสดงออกในการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจย่อยอย่างเป็นกระบวนการมาก่อนกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเรียงตามลำดับ ได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

**ขั้นที่ 1** การรับรู้ถึงปัญหา หรือความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

**ขั้นที่ 2** การค้นหาข้อมูล (Information Search) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอกเช่น ค้นหาจากบุคคล จากญาติ คนในครอบครัว ค้นหาแหล่งทางการค้า และค้นหาจากแหล่งสาธารณะ โดยเป็นการค้นหาข้อมูลโดยผู้บริโภคเอง ที่เกิดจากการเคยใช้มาก่อน

**ขั้นที่ 3** การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) หลังจากค้นคว้าหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

**ขั้นที่ 4** การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Purchase Decision) หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

**ขั้นที่ 5** การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post purchase Evaluation) เป็นขั้นสุดท้าย หลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

การวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis (MCA) เป็นวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อจะดูว่าตัวแปรอิสระโดยรวมทั้งหมดและตัวแปรแต่ละตัวนั้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ดีเพียงใด นั่นคือเป็นการพิจารณาว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ นอกจากนั้นแล้วยังสามารถใช้คาดคะเน (Predict) ขนาดของตัวแปรตาม เมื่อขนาดของตัวแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปได้ด้วย (อัญชลี นัสสาสาร, 2548)

MCA ถูกนำมาใช้ในกรณีที่ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์แบบไม่เป็นเชิงเส้นตรง (Non-linear Relationship) เมื่อตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Correlated) และเมื่อตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม (Nominal Scale) เช่น ในการหาผลกระทบชั้นของรายได้ อาชีพของสามี และศาสนา ที่มีต่อจำนวนบุตรเกิดรอดนั้น ในกรณีนี้ ตัวแปรตาม คือ จำนวนบุตรเกิดรอด และรายได้เป็นตัวแปรอิสระ ชนิด Interval Scale และ ตัวแปรอาชีพ และศาสนา เป็นตัวแปรอิสระ ชนิด Nominal Scale

การวิเคราะห์ โดยใช้ MCA นี้ สามารถชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่างๆ ซึ่งพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่แสดงให้เห็นถึงความเบี่ยงเบนจากตัวแปรกลาง (Grand Mean) อันเนื่องมาจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ โดยคำนึงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ ไปพร้อมๆ กัน ความสามารถในการอธิบายอิทธิพลดังกล่าวของแบบจำลองพิจารณาได้จากค่า Eta ซึ่งแสดงถึงความสามารถของตัวแปรอิสระแต่ละตัวหรือแต่ละกลุ่ม (Classification) ที่จะอธิบายความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ส่วนค่า Bate เป็นสถิติระบุอัตราความสัมพันธ์ เช่นเดียวกับ Eta แต่จะวัดถึงความสามารถของตัวแปรอิสระตัวหนึ่งในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยควบคุมผลของตัวแปรอื่นๆ แล้ว

ในการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย มีหลายประเภท และมีหลายคุณลักษณะ ได้แก่ อายุ อาชีพ เพศ การศึกษา เป็นต้น เพื่อที่จะศึกษาว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะใดเป็นหลัก และส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างไร การวิเคราะห์ด้วย MCA ถือว่าเป็นการวิเคราะห์ที่เหมาะสม เพราะข้อมูลของตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม และยังไม่แน่ใจว่าความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกับตัวแปรตามว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่

การเลือกใช้การวิเคราะห์ MCA เพื่อแสดงให้เห็นว่ากลุ่มต่างๆ ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว และตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวผสมกัน มีผลอย่างไรต่อตัวแปรตาม และ MCA ยังสามารถชี้ให้เห็นถึงการผสมกลุ่มย่อยของตัวแปรอิสระต่างๆ ว่ามีผลอย่างไรต่อตัวแปรตาม ก่อนทำการวิเคราะห์ต้องพิจารณาว่า ตัวแปรอิสระที่ได้ทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วว่ามีนัยสำคัญทางสถิติเท่าไร แต่จะไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว ได้โดยตรง

### 3.3 การวิจัยตลาดและวงจรชีวิตธุรกิจสปา

จากการวิเคราะห์สภาพตลาดและวงจรชีวิตธุรกิจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่าธุรกิจสปาจัดอยู่ในช่วงที่มีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากแนวโน้มของผู้บริโภคจำนวนมากมีความตื่นตัวและระมัดระวังดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น มีสถานประกอบการเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นมากมายทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ประกอบกับธุรกิจข้างเคียงอย่างเช่น ศูนย์ออกกำลังกาย (Fitness Center) ก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจด้านสปา จะสามารถแข่งขันในตลาดได้นั้น จำเป็นต้องหาจุดแข็งของตัวเองให้ได้และพัฒนาจุดแข็งนั้นให้เป็นข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง เน้นสร้างความแตกต่างหรือปรับปรุงการให้บริการที่ต่อเนื่องตลอดเวลา นอกจากนั้นต้องทำการวิจัยและศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นระยะๆ เพื่อเตรียมตัวหรือปรับตัวให้เข้ากับเปลี่ยนแปลงที่อาจ

เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ต้องมีการทำการวิเคราะห์ คู่แข่งขัน เพื่อหากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม และแข่งขันได้ เช่น ราคา สินค้าหรือบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและอยู่รอดในสภาพของตลาดที่นับวันจะมีความรุนแรงมากขึ้น

ผลการวิจัยตลาด โดยการให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทำแบบสอบถาม จำนวน 140 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นเหตุผลจูงใจต่อการตัดสินใจในการเข้ารับบริการในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ (สปป) ซึ่งสามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ พบว่า ร้อยละ 34 ของผู้บริโภคเลือกสถานที่ตั้งและการออกแบบตกแต่งร้านเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ ร้อยละ 28 ของผู้บริโภคเลือกรูปแบบของการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ ร้อยละ 20 ของผู้บริโภคเลือกชื่อเสียงและบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ และร้อยละ 18 ของผู้บริโภคเลือกราคาและกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ ดังนั้น ท่าเลสถานที่ตั้งและการออกแบบร้าน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างไรก็ตาม รูปแบบของการให้บริการก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเหมือนกัน ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดหลักๆที่เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ และต้องเน้นให้ความสำคัญเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน คือ กลยุทธ์ด้านการกระจายสินค้า (ในกรณีนี้คือ การหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม การเดินทางไปมาสะดวกและมีความปลอดภัย) และกลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ

2. ปัจจัยย่อยของแต่ละปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ได้แก่

(1) ปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้งและการออกแบบร้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของร้าน ซึ่งจะต้องมีความสะดวกในการเดินทางไปมา ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนั้นสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยของทำเลที่ตั้ง ก็เป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกและแนวความคิดในการจัดสถานที่ ถือเป็นเรื่องที่สำคัญรองๆ ลงมา

(2) ปัจจัยทางมาตรฐานการยอมรับและบุคลากร พบว่าความชำนาญของพนักงาน และการให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ กับผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากว่าผู้ที่มาใช้บริการในสปป เพื่อต้องการความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ นั้นส่วนมากนั้นยังไม่ค่อยมีความรู้และเข้าใจถึงข้อดีหรือประโยชน์ของการใช้บริการในสปป หรือกระทั่งวิธีการนวดในแบบต่างๆ ที่แท้จริง ในส่วนของบุคลิกการแต่งกายของพนักงาน และเรื่องชื่อเสียงของพนักงานนั้น ก็มีความสำคัญรองลงมา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ถึงแม้ไม่ได้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด แต่เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ได้อีกทางหนึ่ง

(3) ปัจจัยทางด้านรูปแบบของการให้บริการ พบว่า ผู้เข้ามาใช้บริการในสปป ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการเข้ารับบริการ เนื่องจากว่าบริการหลักๆในสปป คือ การให้บริการนวด ซึ่งการนวดในแต่ละแบบนั้น จะต้องมีการนวดหรือสัมผัสเส้นต่างๆ ของร่างกาย ดังนั้น พนักงานนวดต้องอธิบายหรือให้ความมั่นใจกับลูกค้า และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ต้องสะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ส่วนของความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ ถึงแม้ว่าจะมีเป็นสิ่งสำคัญรองลงมา แต่สิ่งเหล่านั้นเป็นตัวที่จะช่วยเสริมให้การบริการมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการทำงาน และอาจจะเป็นจุดที่เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันอีกด้วย

สำหรับความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการนั้น ทางบริษัทฯ เล็งเห็นว่าความหลากหลายของบริการ จะเป็นการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสะท้อนภาพของความเป็นมืออาชีพอีกด้วย

(4) ปัจจัยทางด้านราคาและรายการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะถูกกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้บริการในสปาได้ง่าย จากส่วนลดพิเศษที่ทางร้านนำเสนอให้ ส่วนการให้ความรู้ทางด้านสุขภาพและอนามัยกับผู้บริโภค ก็เป็นบริการเสริมที่สำคัญที่ช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้และความเข้าใจ กระตุ้นให้มีการตื่นตัวและเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีความสำคัญน้อยกว่าส่วนลดราคาพิเศษ ในส่วนของกิจกรรมที่เข้าร่วมกับบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต ทัวร์ หรือ โรงแรมนั้นไม่ค่อยเป็นที่น่าสนใจหรือเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกใช้บริการ

(5) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการในสปา เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจในการซื้อที่ค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้ร้านค้าสามารถตั้งราคาค่าบริการได้สูง

ทั้งนี้ เนื่องจากตลาดสปาที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้น การดำเนินธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างรอบคอบชัดเจน และมีประสิทธิภาพ ซึ่งหนึ่งในกระบวนการดังกล่าวคือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถวางแผนการตลาดต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น กลยุทธ์ด้านราคาหรือสินค้าและบริการ และเนื่องจากตลาดสปาคัดว่าเป็นธุรกิจใหม่ ซึ่งยังมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ไม่รู้จักว่า สปาคืออะไรและมีบริการอะไรบ้าง ดังนั้นด้วยงบประมาณที่จำกัด จึงต้องมีการวางแผนการลงทุนให้มีประสิทธิผลสูงสุด นั่นก็คือ ต้องเน้นการลงทุนไปที่เฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเท่านั้น มิฉะนั้นจะทำให้การลงทุนไม่ได้ผลตามที่ต้องการ เสียเวลาและเสียโอกาสในการทำตลาด

#### 4. การศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

วิภาพร มหาชัย (2544) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาใช้บริการเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 200,001-300,000 เยน หรือประมาณ 100,000 บาท (อัตราแลกเปลี่ยน 100 เยน = 30 บาท) รัับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสปาผ่านทางเอกสารประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และติดต่อการใช้บริการโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ส่วนเหตุผลที่มาใช้บริการสปานั้น ก็เพื่อผ่อนคลายความเครียด บริการสปาที่นักท่องเที่ยวสนใจ คือ การนวดไทยและการนวดน้ำมันหอมระเหย โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาในการมาใช้บริการสปาเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และยังพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการสปาที่แตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ (2547) ทำการศึกษาเรื่อง มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ เป็นการทำการวิจัยเพื่อกำหนดตัวชี้วัดและมาตรฐานสำหรับสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ โดยทำการศึกษาในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2547 แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่

หนึ่ง การใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในมุมมองของผู้ใช้บริการสปา ทั้งในส่วนที่เป็น รีสอร์ทสปา และเดย์สปา จำนวนสถานประกอบการสปาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล มีจำนวนทั้งสิ้น 37 แห่ง โดยแบ่งเป็นจังหวัดภูเก็ต 21 แห่ง พังงา 9 แห่ง และกระบี่ 7 แห่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด ได้รับกลับมา 391 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.7 ของแบบสอบถามที่สำรวจ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการศึกษาจากมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดว่า ธุรกิจสปามีความเหมาะสมกับทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ที่เป็นพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สอดคล้องกับความหมายที่แท้จริงของคำว่า สปา ที่หมายถึงการบำบัดด้วยน้ำ นอกจากนี้แถบทะเลอันดามันยังมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่น สวยงาม หลากหลายและมีชื่อเสียง มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคง มีความได้เปรียบในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ สำหรับในมุมมองของผู้ใช้บริการสปา ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการใช้สปาเพื่อคลายเครียดเป็นวัตถุประสงค์หลัก ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาที่สำคัญที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ความสะดวกของสถานที่ และผู้ให้บริการ สปาที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุด คือ การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aroma Massage) รองลงมาเป็นการนวดไทย (Thai Massage) ในด้านความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการสปาอันดามัน พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อบุคลากรผู้ให้บริการด้านความสะอาด ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ และการแต่งกายที่เหมาะสมอยู่ในระดับสูงสำหรับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่ระบุเหตุผลว่าจะไม่กลับมาใช้บริการอีก เนื่องจาก มีเสียงรบกวนรองลงมา คือ การขาดทักษะในการสื่อสารของผู้ให้บริการ และการขาดความชำนาญในการให้บริการ รวมทั้งวัสดุผลิตภัณฑ์ที่ใช้ไม่สะอาด ตามลำดับ

วัชรีย์ คำศรีและชนกันต์ หิรัญพันธ์ (2548) ได้ดำเนินการ “โครงการศึกษาภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของโรงพยาบาล 6 แห่งในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โรงพยาบาลภาคเอกชน 2 แห่ง มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และโรงพยาบาลรัฐ 2 แห่ง กำลังดำเนินการให้มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว คือ การบริการนวดแผนไทย และเมดดิคอลสปา ตามลำดับ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีโอกาสไปใช้บริการจากโรงพยาบาลมีความพึงพอใจกับการบริการหากเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนและหลังการใช้บริการปรากฏว่ามีระดับใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสุขภาพของโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่งนี้ มีความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต

พันธุ์วดี เกตะวันดี (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม” ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ เพิ่มมิติและความหลากหลายในการท่องเที่ยว ผลการวิจัยทั้งสองเรื่องนับเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่จัดทำโดยบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ที่มสุขภาพ

ภูสิต เพ็ญสิริ (2548) ได้สำรวจความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจและผลิตภัณฑ์สปาของคนกรุงเทพฯ จำนวน 200 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใส่ใจสุขภาพส่วนใหญ่อยู่ในระดับ “เฉยๆ” ร้อยละ 54.4 สนใจ

มาก ร้อยละ 40.5 กลุ่มตัวอย่างคิดว่า สปา หมายถึง การใช้ศาสตร์ต่างๆ ผสมผสานเพื่อรักษาโรค ร้อยละ 28.2 การนวดและการใช้กลิ่นบำบัด ร้อยละ 23.7 และการใช้ธรรมชาติบำบัดเท่ากับการนวดเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 11.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสปา ประเภท Day Spa มากที่สุด คือ ร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ Hotel and Resort Spa ร้อยละ 20.5 และ Mineral Spring Spa ร้อยละ 18 กลุ่มผลิตภัณฑ์สปาที่นิยมใช้มากที่สุด คือ LUX Spa ร้อยละ 21 และสิ่งที่คาดหวังมากที่สุดจากการใช้บริการสปา คือ สุขภาพร่างกายและจิตใจดีขึ้น ร้อยละ 19.5 ต้องการให้สบายสดชื่นขึ้น คิดเป็น ร้อยละ 18.5

มิ่งสรรพ ขาวสอาด และ นภัสสร สุวรรณประกร (2548) ทำการศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีสปาอยู่ประมาณ 25 แห่ง ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้นกว่า 2,250 ล้านบาท และมียอดขายโดยรวมแล้วประมาณ 86.4 ล้านบาท เป็นยอดขายจากการให้บริการในท้องถิ่น 14.17 ล้านบาท และยอดขายจากการท่องเที่ยว 72.23 ล้านบาท โดยธุรกิจสปานั้นเน้น การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยรายได้กว่าร้อยละ 83.60 เป็นรายได้ที่ได้รับจากการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในขณะที่อีกเพียงร้อยละ 16.40 เป็นรายได้จากการให้บริการผู้ที่อาศัยในท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังพบว่า ธุรกิจสปาของจังหวัดเชียงใหม่ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มกว่า 45 ล้านบาทต่อปี โดยองค์ประกอบที่มีสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มสูงที่สุด คือ ค่าจ้างพนักงานในสปา ซึ่งมีมูลค่าประมาณ 19 ล้านบาทต่อปี รองลงมาคือค่าไถ่ก่อนหักภาษี ประมาณ 13 ล้านบาทต่อปี และค่าเสื่อมเวลาประมาณ 6 ล้านบาทต่อปี ทั้งนี้มูลค่าเพิ่มในประเทศของธุรกิจสปาของจังหวัดเชียงใหม่ มีประมาณ 40.93 ล้านบาทต่อปี หรือร้อยละ 91.34 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด และมีสัดส่วนมูลค่าต่อการจ้างงานเท่ากับ 89,620 บาทต่อคนต่อปี หรือประมาณ 7,468 บาทต่อคนต่อเดือน

ธนายุ ภูวิทยาธร (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจบริการสปา และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ 400 ราย และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจบริการสปา 4 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน ระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท และมีสถานภาพสมรส พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักใช้บริการสปาผ่านสื่อผ่านพับประชาสัมพันธ์ ความถี่ในการใช้บริการสปาเดือนละครั้ง ใช้บริการระหว่างเวลา 16.01-20.00 น. ระยะเวลาในการรับบริการแต่ละครั้งเฉลี่ยนาน 2 ชั่วโมง ส่วนบริการสปาที่เคยใช้ คือ นวดแผนโบราณ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่เคยใช้จากสปา คือ ประเภทน้ำมันหอมระเหย จำนวนเงินที่ใช้บริการสปาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 1,001-1,500 บาท และสาเหตุที่ใช้บริการสปา คือ ต้องการพักผ่อน คลายเครียด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับรายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา ด้านช่วงเวลาที่ใช้และระยะเวลาที่ใช้บริการแตกต่างกันจะผลต่อการเลือกใช้บริการสปาไม่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาด้านความถี่ในการใช้บริการ และจำนวนเงินที่ใช้บริการแต่ละครั้งที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน

พาชกล ชัยวิศิษฐ์ (2549) ทำการศึกษาบทบาทของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในการส่งเสริม เชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการ ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ในการส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ 2) ศึกษา แนวโน้มและทิศทางในอนาคตของธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) ศึกษาผลกระทบของ นโยบายการจัดตั้งจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพต่อธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ การศึกษาครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 แห่ง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับนโยบายของรัฐบาลในการจัดตั้งจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ ซึ่ง ผู้ประกอบการต่างเห็นว่าการขยายตัวของสถานประกอบการมีสูง และมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจสปาขยายตัว คือ ปัจจัยภาครัฐและปัจจัยทางการตลาด นอกจากนี้การ สร้าง “อัตลักษณ์ล้านนาสปา” การยกระดับมาตรฐานการให้บริการ และการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ โดยภาครัฐ จะช่วยให้ธุรกิจสปาของจังหวัดเชียงใหม่พัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน ส่วนปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินธุรกิจและสปาและบริการสุขภาพ คือ การขาดพนักงานที่มีความรู้และความสามารถ ปัญหาสปาเถื่อนหรือสปาแอบแฝง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างมากในเรื่องของภาพลักษณ์ต่อสปาที่ปฏิบัติ ตามกฎของกระทรวงสาธารณสุข ด้านผลกระทบจากนโยบายของภาครัฐในการจัดตั้งจังหวัด เชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์นั้น พบว่า ส่งผลดีต่อธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ สถานประกอบการธุรกิจสปาได้มีการพัฒนารูปแบบการบริการให้มีมาตรฐาน เพิ่มพูนทักษะการ ให้บริการ และยังมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างอาชีพ เพิ่มการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน และส่งผลให้ สภาพเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ดีขึ้น

สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และ เบญจวรรณ โมกมล (2549) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพและความ พร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบศักยภาพและความ พร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแข่งขันในระดับสากล และเพื่อทราบ ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัด เชียงราย โดยผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 3 แหล่งด้วยกัน คือ แหล่งที่หนึ่ง เก็บรวบรวมข้อมูล จากเอกสารหรือตำราที่เกี่ยวข้อง แหล่งที่สอง การสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ ลักษณะการ ดำเนินงานของผู้ประกอบการ จำนวน 3 แห่งที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทส ปาเพื่อสุขภาพ และผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงหรือมีการประกอบกิจการมาเป็นเวลานาน การ สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คนและชาวต่างชาติ 100 คน และแหล่งสุดท้าย ได้จากการ สัมภาษณ์กับหน่วยงานรัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัดเชียงราย หน่วย ธุรกิจบริการ สำนักงานจังหวัด และกรมพัฒนาฝีมือจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษา พบว่า โดยภาพรวม ของจังหวัดเชียงราย มีสถานบริการสปาประเภท Resort/ Hotel Spa มากที่สุดจำนวน 6 แห่ง (แต่ ขณะศึกษามี 1 แห่งปิดชั่วคราวเนื่องจากเป็น Low Season) และเป็นแบบน้ำพุร้อน , Amenity Spa , Day Spa, Destination Spa ซึ่งเป็นการบริการเพื่อสุขภาพในสถานพยาบาลเพื่อ กายภาพบำบัด การนวดและการอบสมุนไพร และแบบ Salon Spa ซึ่งส่วนมากพัฒนามาจากร้าน เสริมสวย และมีเพียง 3 แห่งที่ได้รับใบรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุข และอีกประมาณ

16 แห่ง อยู่ระหว่างการเตรียมการ จากการศึกษาที่มีจำนวนผู้ให้บริการน้อย และแต่ละแห่งก็มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายสามารถกำหนดรูปแบบและวัตถุประสงค์การให้บริการตามความพอใจ ทั้งนี้ที่ผ่านมารัฐกิจสภาได้รับการส่งเสริมอย่างมากจากหน่วยงานภาครัฐ มีการจัดตั้งหน่วยงานประสานงานด้านความร่วมมือและการถ่ายทอดด้านความรู้อยู่เสมอ มีการก่อตั้งชมรมสภา มีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการเป็น Cluster เพื่อการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย ธุรกิจสปา นวด และผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพร จากการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพื่อประเมินศักยภาพการให้บริการ พบว่า สำหรับคนไทย นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ในขณะที่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความรู้สึกพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และด้านความปลอดภัย มีความต้องการรับบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อการบำบัด โดยอาศัยหลักการของไทย เช่น การนวดไทย การใช้วิถีของไทย สมุนไพรไทย ดังนั้น ธุรกิจสปาจึงควรสร้างรูปแบบการบริการสปาควบคู่ไปกับการใช้ผลิตภัณฑ์สปาไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีการตระหนักถึงความปลอดภัยและการได้รับการรับรองในเรื่องบริการ สำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้คือ ควรมีการสร้างลักษณะการให้บริการที่มีเอกลักษณ์ และแบ่งระดับของการให้บริการที่ชัดเจน

วิเชียร วงศ์นิชชากุล และ กรศิวัช คงธานีสินธร (255X) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการสปา ในซอยทองหล่อ เขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการสปา ในซอยทองหล่อ เขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยการแจกแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวญี่ปุ่น จำนวน 400 คน (มีการแปลแบบสอบถาม เป็นภาษาญี่ปุ่น โดยโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นเกษตร JLS) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้ผลดังนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 193 คนไม่ระบุอาชีพ จำนวน 170 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 100,000 เยน จำนวน 110 คน ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถเรียงลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งส่งผลต่อเลือกใช้บริการของชาวญี่ปุ่น ดังนี้ (1) ด้านบริการ คือ รูปแบบการให้บริการที่น่าประทับใจ และการบริการที่หลากหลาย (2) ด้านราคา คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและอัตราค่าบริการที่คิดตามชั่วโมง (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักและอยู่ใกล้ที่ทำงาน (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การรับรู้ข่าวสารจากเอกสารแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณาหน้าร้านเป็นภาษาญี่ปุ่น (5) ด้านกระบวนการ คือ การใช้อุปกรณ์เครื่องใช้สะอาดปลอดภัย และให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ต้องรอนาน (6) ด้านบุคคล คือ พนักงานมีความสุภาพ มารยาทดีบุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีพนักงานเพียงพอกับการให้บริการ (6) ด้านคุณลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ ความสะอาดของอาคารสถานที่ อุณหภูมิของห้องเย็นสบาย และความประทับใจในการตกแต่งร้าน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทั้งอายุและรายได้ที่แตกต่างกันของลูกค้าชาวญี่ปุ่น จะเลือกใช้บริการสปาที่มีปัจจัยกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการมาใช้บริการของชาวญี่ปุ่นต้องการมาเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิภาพร มหาชัย (2544) ที่ศึกษา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผลที่ได้พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่ต่างกันจะเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน กรณีนี้อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มชาวญี่ปุ่นที่อยู่ในเขตสุขุมวิทส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ และในชอยทองหล่อสภาพการแข่งขันสูงจึงมีบริการที่อยู่ในระดับดีถึงดีมาก จึงทำให้ชาวญี่ปุ่นเลือกใช้บริการเดย์สปาอย่างไม่มี ความแตกต่าง

สุธาวิ ปฎิการ และณกมล จันท์สม (255X) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้สปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไป และเพื่อสำรวจความคาดหวังตามกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 7Ps และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการในธุรกิจสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไป ตลอดจนเพื่อนำเสนอแนวทางในการตัดสินใจใช้สปาภายใต้กลยุทธ์ 7Ps และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไป ซึ่งเป็นการสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไป (อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป) ในที่นี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) t-test, f-test และ Multiple Regression Analysis (MRA) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 40-45 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ส่วนตัว 30,000 บาทขึ้นไป มีรายได้จากค่าจ้างเงินเดือน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพสมรส บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือเพื่อนร่วมงาน สื่อที่มีอิทธิพลในการใช้บริการสปาคือการบอกต่อ ประเภทของสปาที่เข้าใช้บริการคือ Day Spa: ลักษณะผู้ใช้บริการจะเป็นระยะสั้นๆประมาณ 1-2 ชั่วโมง วัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการคือเพื่อผ่อนคลาย ชนิดของสปาที่มาใช้บริการคือนวดตัว (นวดไทยนวดน้ำมันหอมระเหย นวดสมุนไพรและลูกประคบ) ค่าบริการโดยเฉลี่ยที่มาใช้ต่อครั้งคือ ค่าบริการโดยเฉลี่ยที่มาใช้ต่อครั้ง โปรโมชั่นที่ให้ความสนใจมากที่สุดคือเปอร์เซ็นต์ส่วนลด ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาเกือบทั้งหมดเห็นว่าเวลาไม่แน่นอน วันที่มาใช้บริการสปา คือ ไม่มีวันที่แน่นอน ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ ส่งผลต่อความคาดหวังตามกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ต่อการให้บริการในธุรกิจสปาของผู้ที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไป ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านกายภาพ นอกจากนั้นความคาดหวังตามกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สปาของผู้ที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปอีกด้วย

ไพโรจน์ สมศรี (255X) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น จำแนกเป็นด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรที่ใช้บริการสปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

จำนวน 200 คน และเป็นผู้อาศัยในท้องถิ่น จำนวน 200 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ชนิดเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และข้อความที่เป็นข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติค่าที (t-test) และ สถิติค่าเอฟ (F-test: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสปาในเขต อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพการสมรส คือมีครอบครัวแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท เมื่อพิจารณา โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการสปา มีความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งผู้ให้บริการสปา มีความพึงพอใจ ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ บริการนวดน้ำมันสมุนไพร ด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าบริการนวดแผนไทย ด้านสถานที่ ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีป้ายบอกทางชัดเจน และสามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ตได้ ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาทางสื่อ เช่น เอกสารวิทยุ สิ่งพิมพ์ ทางเว็บไซต์ ด้านกระบวนการ ได้แก่ การมีเครื่องดื่มไว้บริการลูกค้า และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การดูแลความสะอาดและการบริการอย่างถูกสุขลักษณะ เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการสปา จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ที่มาใช้บริการสปา มีความพึงพอใจในการมาใช้บริการสปาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ส่วนสถานภาพการสมรส พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสมนัสสา โสมนัส (2549) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวตลอดจนปัจจัยที่มีผลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยมีความเห็นที่ต่างกัน คือ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% (2) ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ การมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ มีการบริการเสริมต่าง ๆ เช่น มีบริการเสริมสวย มีความหลากหลายของบริการ (3) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนพนักงานมีทักษะในการสื่อสาร (4) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน (5) ปัจจัยด้านสถานที่ การมีสถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอและปลอดภัย มีการตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สงบเงียบเป็นธรรมชาติ (6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ส่วนผลการศึกษาด้านความพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพ การนวดของหมอนวดมากที่สุด รองลงมา คือ มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุดรองลงมา คือ การต้อนรับของผู้ให้บริการ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะกลับมาใช้

บริการนวดแผนไทยอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทยด้วยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2551) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการพอกผิวหน้า ผิวกายด้วยโคลนสมุนไพโร บริการขัดผิว และบริการนวดแผนไทย ด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ อัตราค่าบริการพอกผิวหน้า ผิวกายด้วยโคลนสมุนไพโร ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการ 08.00 - 19.00 น. การส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้ พนักงานผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีการพูดจาดี มีมารยาทดี การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความสะอาดของบริเวณสถานที่ โดยรวม ด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจระดับสูง คือ ความตรงต่อเวลา

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ และสมบัติ กาญจนกิจ (255X) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีศักยภาพสูง ที่เดินทางมาท่องเที่ยววันหยุดแห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม 2551 จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น มีความตรงเชิงประจักษ์และค่าความเที่ยง  $r = 0.95$  เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่า "ที" (t-test) ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในสถานที่ที่มีความปลอดภัยและความสะอาดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลก ได้สรุปสาระสำคัญของคุณภาพการท่องเที่ยวว่า ผลลัพธ์จากกระบวนการที่นำไปสู่ความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ในระดับราคาที่เหมาะสม มีความปลอดภัย สุขอนามัย และความเป็นธรรมในการได้รับบริการ นอกจากนี้ วรูม (Vroom, 1964) ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติและความพึงพอใจ ในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการมีใจรักในบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดีสะอาด เรียบร้อย มีมารยาทดี มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้ให้บริการ 5 ประการคือ 1) เป็นผู้ที่มีจิตใจรักงานบริการ มีบุคลิกภาพของความโอ้ออม

อารี สุภาพยิ้มแย้ม มีความภาคภูมิใจในอาชีพบริการ 2) มีความรู้ ความสามารถในงานที่จะบริการ 3) มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ 4) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 5) มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหาได้ นอกจากนี้ ธัญวรรณ์ กฤษณรัตน์ (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าความเป็นไปในทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีทิศทางด้านการบริการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย 3 อันดับแรก คือ มีความพึงพอใจในการบริการมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีอัตราค่าบริการสมเหตุผล และมีการบริการที่รวดเร็ว ทันใจ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2535) กล่าวไว้ว่า การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภค การกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสม การวางตำแหน่งการบริการที่ชัดเจนในตลาด การสร้างความแตกต่างสู่สายตาผู้บริโภค การสร้างตราบริการที่แข็งแกร่งด้วยการให้บริการที่มีคุณค่าต่อผู้รับบริการ นอกจากนี้ กอร์ด (Gord, 1973) ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจเกิดจากความสนใจ และทัศนคติต่อบุคคลที่มีคุณภาพ และลักษณะสภาพของกิจกรรม ด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในเครื่องมือ และอุปกรณ์ ที่นำมาใช้มีความสะอาด และเครื่องมือ และอุปกรณ์ ที่นำมาใช้มีความปลอดภัย มากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันมีสถานบริการทางสุขภาพเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันสูง ดังนั้น จึงมีการพัฒนาระดับมาตรฐานของการบริการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ เนื่องจากต้องสัมผัสกับร่างกายของผู้รับบริการทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ เชลลี่ (Shelley 1975) ได้กล่าวไว้ว่า ทรัพยากรหรือสิ่งริ้วแบบใดเป็นที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่นมนุษย์ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน แต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด เมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม ด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในการให้บริการข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย มากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังเป็นที่แพร่หลาย บริการทางสุขภาพจึงเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีจำนวนมากขึ้น ทำให้มีการแข่งขันกันสูง ทำให้ข้อมูลข่าวสารการให้บริการแพร่หลายได้เร็วขึ้น ประชาชนได้รับข่าวสารมากขึ้น รวมถึงมีทางเลือกมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสิริกาญจน์ ปรับโตวิตโย (2539) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ 2) นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว

ชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพล ศรีวิทยา และคณะ (2546) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในที่พักรวม ซึ่งพบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยยังเป็นปัญหา และอุปสรรค โดยผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ การเปิดให้บริการไม่ถูกต้องตามกฎหมาย และให้บริการอย่างไม่ถูกรูปแบบ การขาดแคลนบุคลากร ทั้งในระดับบริหารธุรกิจสปา และระดับพนักงานปฏิบัติการ การขาดการเรียนการสอนหลักสูตรทั้ง วิชาการและวิชาชีพทางด้านสปาโดยตรง การขาดการจัดระบบพัฒนาวิชาชีพ และสถาบันองค์กร วิชาชีพของบุคลากร ที่ทำงานในสถานบริการสุขภาพสปาในประเทศไทย การขาดแนวทางพัฒนา ระบบประเมิน และการรับรองมาตรฐานคุณภาพ และการขาดกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ สถานบริการสปา และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยตรง อาจเป็นเพราะว่า ใน ปี พ.ศ.2546 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ยังไม่ได้รับการดูแลจากภาครัฐเท่าที่ควร แต่ในปัจจุบัน ภาครัฐได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังได้รับความนิยม สูง และมีสถานบริการสุขภาพสปาเปิดบริการเป็นจำนวนมากในประเทศไทย และมีการแข่งขันกันสูง จึงทำให้สถานบริการสุขภาพแต่ละแห่งมีการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของตนเองเพื่อ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการในสถานบริการสุขภาพของตนมากที่สุด และการที่นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย อาจเนื่องมาจาก ได้มีการศึกษาข้อมูลมา เป็นอย่างดีก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้วว่าสถานบริการสุขภาพใดที่มีคุณภาพมาตรฐาน บ้าง ซึ่งสมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์และคณะ(2538) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีลักษณะที่ต่างไปจากนักท่องเที่ยวแบบเดิม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวขำนิยมเดินทางเอง วางแผนการเดินทางเองใช้บริการตัวแทนจำหน่ายในการจองตัว เครื่องบิน และ/หรือ ที่พักเท่านั้น มีความสนใจมากกว่าการชมทิวทัศน์ หรือการท่องเที่ยวที่มีความ สนใจพิเศษ ต้องการมีส่วนร่วมมากขึ้น ระยะเวลาการพักมักจะยาวนาน เพื่อให้ได้สัมผัสกับแหล่ง ท่องเที่ยว ไม่เน้นปริมาณสถานที่ท่องเที่ยว และมีค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อวันน้อย เพราะมีข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวดี สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภากร มหาชัย (2544) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ที่พบว่า สาเหตุของ การเลือกใช้บริการสปา คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียด โดยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการสปาผ่าน ทางอินเทอร์เน็ต และด้วยตัวเอง จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นเกิดความพึงพอใจมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งอาจเป็นเพราะความคุ้นเคยต่อสภาพแวดล้อมในประเทศอยู่แล้ว ความรู้สึก พึงพอใจจึงน้อยกว่าชาวต่างประเทศอย่างแน่นอน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นนักท่องเที่ยว ท่องถิ่น ซึ่งได้เปรียบในด้านการสื่อสารภาษา และมีทางเลือกที่มากกว่า การมีประสบการณ์ในการ ได้รับบริการที่ดีมาก่อนหน้านี้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับมัลลิกา เกื้อปัญญา (2542) ได้สรุปความหมาย ของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อ บุคคล ได้รับในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลง หรือไม่เกิดขึ้น หาก ความต้องการหรือจุดหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง โดยสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือ ความพอใจแก่มนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร หรือ สิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบความพอใจ คือการศึกษาว่า ทรัพยากร หรือ สิ่งเร้าแบบใด เป็นที่ต้องการ ในการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และความพอใจแก่

มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วนแต่เนื่องจากทรัพยากรในโลกนี้มีอยู่จำกัด ดังนั้น ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด เมื่อมีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม และสภาพแวดล้อมกายภาพก็เป็นทรัพยากรของระบบความพอใจอันหนึ่ง ด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเดียวกับ นักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของปาลิรัตน์ การดี และคณะ (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งพบว่า อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยส่วนหนึ่งมาจากปัญหาในเรื่องการประชาสัมพันธ์ โดยผลการศึกษาสรุปสภาพการดำเนินการและปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าในกลุ่มผู้บริหารภาครัฐและเอกชน มีการประชาสัมพันธ์ไม่ดีเท่าที่ควร และการใช้ภาษาสื่อสารกับนักท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพ ในกลุ่มบริษัทนำเที่ยว และกลุ่มผู้ประกอบการสปา ปัญหาอุปสรรคพบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์ หรือการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง อาจเนื่องมาจากในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังเป็นที่แพร่หลาย บริการทางสุขภาพจึงเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ทำให้ข้อมูลข่าวสารการให้บริการแพร่หลายได้รวดเร็วขึ้น ประชาชนได้รับข่าวสารมากขึ้น รวมถึงมีทางเลือกมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นที่รู้จักดี สำหรับนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมจึงไม่มีความแตกต่างกันในด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ทั้งในนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งสมชาติ สุกฤตยานันท์ (2533) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยพบว่า การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว จากสื่อมวลชน มีความสะดวก ทั้งในเรื่องของความหลากหลายของสื่อที่ให้ข้อมูล ความสะดวกในการรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

ธัญพร จันทรหนู และอาชญุทธ เนติธนากุล (255X) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเมืองทองธานี อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเมืองทองธานี และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสปาเพื่อสุขภาพในเมืองทองธานี จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และแหล่งที่พักอาศัย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการ สปาเพื่อสุขภาพในเขตเมืองทองธานี อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที่ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของผู้มาใช้บริการเพื่อสุขภาพ ส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 500-1,000 บาท และมีเหตุผลในการมาใช้บริการเพื่อบรรเทาอาการปวด

เมื่อมีเหตุผลมาจาก สปาเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีบริการการนวด ซึ่งผู้บริหารสปาจะรู้ถึงประโยชน์ของการนวดในแต่ละชนิด ดังที่ กระทรวงสาธารณสุข (2547) กล่าวว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพโดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย และได้กำหนดรูปแบบของสปาในบริการหลักคือ การนวดเพื่อสุขภาพ การมาใช้บริการสปา เพื่อสุขภาพจะมาใช้บริการใน วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) โดยมาใช้บริการคนเดียว และเพื่อนมีส่วนแนะนำให้ใช้บริการสปา มีร้านสปาเพื่อสุขภาพที่ให้บริการ 1 แห่ง และระหว่างการบริการจะคุยกับเพื่อนหรือลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) พบว่า ผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพจะใช้บริการนวดแผนไทย ความถี่ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ 1-2 ครั้งต่อเดือน สื่อที่ทำให้รู้จักสปาเพื่อสุขภาพ คือ การแนะนำของเพื่อนหรือคนรู้จัก มาใช้บริการแต่ละครั้งไม่เจาะจงเลือกพนักงาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสปาเพื่อสุขภาพในเมืองทองธานี อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เพราะสปาเพื่อสุขภาพเน้นการให้บริการเพื่อการผ่อนคลาย ที่มีผลต่อสุขภาพกายและจิต หลักการสำคัญอยู่ที่ทำอย่างไรจึงจะทำให้กายดีและจิตดี (บุษบง จำเริญดารารักษ์, 2548) การวางแผนการตลาดถือเป็นหัวใจสำคัญของผู้จัดการสปา ที่จะทำให้อุตสาหกรรมสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยต้องวางแผนกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาวโดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และบุคลากร (ไพบุลย์ ปิลันธน์โอวาท, 2551) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อด้านสินค้าและบริการ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2550) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจตามลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และสอดคล้องกับ เทียนลดา เทียนรุ่งศรี (2548) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการสปาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ความเป็นส่วนตัวในขณะที่รับบริการ การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสปาเพื่อสุขภาพในเมืองทองธานี จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน แหล่งที่พักอาศัย ต่างกันมีความพึงพอใจต่อสปาเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นเกิดจากรู้สึกที่ได้รับจากการให้บริการของสถานประกอบการซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ก็คือ ร้านสปาเพื่อสุขภาพที่ให้บริการแล้วทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจต่อรูปแบบการให้บริการ เช่น การนวดแบบต่างๆ โปรแกรมลดน้ำหนัก โปรแกรมเพื่อสุขภาพหลังคลอด มีผลิตภัณฑ์จำหน่าย มีการกำหนดราคาค่าบริการ สถานที่ตั้งของร้าน พนักงานที่ให้บริการ วิธีการให้บริการและรูปลักษณะของร้านสปา สอดคล้องกับ อิลเลียท (Elliott, 1995 อ้างถึงใน นฤมล กิจไพศาลรัตน์, 2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นปฏิกิริยาตอบสนองทางอารมณ์ที่มีต่อการรับบริการ และระดับคุณภาพการให้บริการระดับสูงที่สะท้อนความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยณรงค์ ใจอ่อน (2545) พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการร้านเสริมสวย แตกต่างกัน

## 5. การศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวกับศักยภาพของการใช้สมุนไพรบำบัดและสปาต่อสุขภาพ

สุรพจน์ วงศ์ใหญ่ (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของสมุนไพรไทยเพื่อผลิตภัณฑ์ความงาม สุขภาพ และการส่งออก” เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาสมุนไพรอย่างถูกทิศทาง ซึ่งงานวิจัยได้กล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับตลาดโลกของผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มต่างๆ เช่น อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสมุนไพร และยาจากสมุนไพร เป็นต้น พร้อมทั้งข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพ และเกณฑ์ที่จำเป็นของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาสมุนไพรไทยในรูปสารสกัด เพื่อการส่งออกที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงแบบต่างๆ จากการศึกษาวิจัยพบว่า การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยที่ได้ผลดี ประหยัดต้นทุนในการพัฒนาและใช้เวลาสั้นที่สุด คือ การใช้ในรูปสารสกัดหยาบ (crude extract) โดยแนวทางการพัฒนาที่ถูกต้องต้องมีการประเมินในด้านคุณภาพเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ สปาไทย คือ วิถีสุขภาพไทยที่ใช้สมุนไพรสุขภาพร่างกายให้สดชื่น แจ่มใส ผ่อนคลายมีความสุขกายสุขใจมาตั้งแต่อดีต อีกทั้งมีแหล่งน้ำธรรมชาติมากมาย ทั้งน้ำพุร้อน และบ่อน้ำแร่ ในภาคเหนือและภาคใต้ที่บรรพบุรุษของเรา ได้ใช้เป็นสถานที่รักษาสุขภาพตลอดมา ร่องรอยแห่งวิถีสุขภาพไทย ที่สืบทอดเป็นองค์ความรู้อันชาญฉลาดที่สะสมมาในวิถีชีวิตสู่สมัยลูกหลาน จัดเป็นองค์รวมของระบบการป้องกันรักษาสุขภาพ ค้นพบได้จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์หลายแห่ง เช่น ศิลาจารึกของอาณาจักรขอมได้จารึกว่า ประมาณ พ.ศ. 1725 – 1729 พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ทรงบำเพ็ญพระราชกุศลตามความเชื่อในศาสนาพุทธ โดยสร้างโรงพยาบาลเรียก “อโรคยาศาลา” 120 แห่ง ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงได้บันทึกว่า ทรงสร้างสวนสมุนไพรขนาดใหญ่บนเขาหลวงหรือเขาสรรพยา เพื่อให้ราษฎรได้เก็บสมุนไพรใช้รักษาอาการเจ็บป่วยในอาณาจักรสุโขทัย ในสมัยพระนารายณ์มหาราช พบบันทึกว่ามีระบบการจัดยาที่ชัดเจน และมีการรวบรวมตำรับยาต่างๆ ขึ้น เรียกว่า ตำราพระโอสถพระนารายณ์ ในสมัยรัตนโกสินทร์ ได้พบจารึกตำรับยา ภาษีสัตตนะ และตำรานวดไทยมาตามศาลาราย วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม นอกจากนี้เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จประพาสยุโรปก็ได้มีหมอลหลวงตามเสด็จด้วย รวมทั้งได้ถวายการนวดรักษาพระองค์ท่าน และพระราชอาคันตุกะในต่างประเทศด้วย ทำให้การนวดไทยเป็นที่โปรดปราน และได้เผยแพร่ชื่อเสียงสรรพคุณตั้งแต่นั้นมา

วรารณณ์ แยมมีศรี (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ผลของสมุนไพรบำบัดต่อการผ่อนคลายของผู้ป่วยในหอผู้ป่วยวิกฤตศัลยกรรม” การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ชนิด one group randomized block design โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของสมุนไพรบำบัดต่อการผ่อนคลายของผู้ป่วยในหอผู้ป่วยวิกฤตศัลยกรรม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ป่วยที่เข้ามารักษาในหอผู้ป่วยวิกฤตศัลยกรรม โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ระหว่างเดือนมิถุนายน 2546 ถึงเดือนมกราคม 2547 เลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 30 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวผู้วิจัย น้ำมันหอมระเหย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลทั่วไป เครื่องมือวัดและแบบบันทึกอัตราการเต้นของหัวใจ อัตราการหายใจ ความดันหลอดเลือดแดงเฉลี่ย และใช้แบบประเมินการผ่อนคลายชนิดเปรียบเทียบด้วยสายตา ก่อนการทดลองกลุ่มตัวอย่างจะได้รับการทดสอบการแพ้ น้ำมันหอมระเหยที่เลือกใช้ เป็นเวลา 12 ชั่วโมง เมื่อพบว่าไม่มีการแพ้จึงทำการคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยตัวอย่างแต่ละรายมี

โอกาสเท่าๆกันเพื่อได้รับการทดลอง 3 วิธี คือ ได้รับสุคนธ์บำบัดผ่านการนวด สุคนธ์บำบัดผ่านการสูดดม การนวดด้วยน้ำมันพลา และได้รับการควบคุมคือการพยาบาลตามปกติ ก่อนการทดลองผู้วิจัยจะประเมินการผ่อนคลาย โดยใช้แบบประเมินการผ่อนคลายชนิดเปรียบเทียบกับสายตา บันทึกอัตราการเต้นของหัวใจ อัตราการหายใจและความดันหลอดเลือดแดงเฉลี่ย ภายหลังจากทดลองใน 10 นาที ผู้ช่วยวิจัยจะประเมินการผ่อนคลาย โดยใช้แบบประเมินการผ่อนคลายชนิดเปรียบเทียบกับสายตา บันทึกอัตราการเต้นของหัวใจ อัตราการหายใจและความดันหลอดเลือดแดงเฉลี่ย ภายหลังจากทดลอง ผู้วิจัยทำการประเมิน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยเปรียบเทียบคะแนนการผ่อนคลายของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลอง 3 วิธี โดยใช้สถิติ paired t-test รวมทั้งเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนการผ่อนคลายของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลอง 3 วิธี โดยใช้สถิติ ANCOVA ผลการวิจัย พบว่าคะแนนการผ่อนคลายของกลุ่มตัวอย่างภายหลังจากการทดลอง 3 วิธี คือ ได้รับสุคนธ์บำบัดผ่านการนวด สุคนธ์บำบัดผ่านการสูดดม การนวดด้วยน้ำมันพลา และได้รับการควบคุมคือการพยาบาลตามปกติ กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนการผ่อนคลายเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อเปรียบเทียบคะแนนการผ่อนคลายของกลุ่มตัวอย่างรายคู่ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นการได้รับสุคนธ์บำบัดผ่านการสูดดม กับการนวดด้วยน้ำมันพลา มีคะแนนการผ่อนคลายไม่แตกต่างกัน ภายหลังจากได้รับการทดลองทั้ง 3 วิธี คือ ได้รับสุคนธ์บำบัดผ่านการนวด สุคนธ์บำบัดผ่านการสูดดม การนวดด้วยน้ำมันพลา และได้รับการควบคุมคือการพยาบาลตามปกติ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30, 16.67, 23.33 และ 16.67 ตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาของการผ่อนคลาย คือ มีการลดลงของอัตราการเต้นของหัวใจ อัตราการหายใจและความดันหลอดเลือดแดงเฉลี่ย

วิลาวัลย์ มณฑาภรณ์ (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ศักยภาพของน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย เพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัด” จากการค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย พบว่า น้ำมันหอมระเหยที่มีการผลิตในระดับอุตสาหกรรมยังมีไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตน้ำมันหอมระเหย มีต้นทุนการผลิตที่สูง และบางส่วนยังขาดข้อมูลสนับสนุนเกี่ยวกับความปลอดภัย ผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหอมระเหยในผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัด จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัดทั้งสิ้น 34 คน พบว่า เคยใช้ผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัดที่มีส่วนผสมน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทยมาแล้ว และเห็นว่า ผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัดมีผลต่ออารมณ์และจิตใจ ปัจจัยในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัด จะเลือกใช้จากกลิ่นของน้ำมันหอมระเหย สรรพคุณที่ต้องการ คือ ลดความเครียด ช่วยให้สดชื่น ผ่อนคลาย โดยเลือกน้ำมันหอมระเหยจากพืชไทย ที่ให้สรรพคุณลดความเครียด 3 อันดับ คือ 1. น้ำมันตะไคร้ 2. น้ำมันกระดังงา 3. น้ำมันมะกรูด และผลิตภัณฑ์สุคนธ์บำบัด ที่คิดว่าเหมาะสมกับน้ำมันหอมระเหยที่เลือก คือ น้ำมันนวด เมื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ทดสอบเบื้องต้นพบว่าผลิตภัณฑ์มีความคงตัวดี สำหรับความพึงพอใจต่อกลิ่นของน้ำมันนวดจากพืชหอมไทย พบว่ามีความพึงพอใจน้ำมันนวดที่มีส่วนผสมของน้ำมันตะไคร้อยู่ในระดับมาก ขณะที่น้ำมันนวดที่มีส่วนผสมของน้ำมันลาเวนเดอร์ น้ำมันกระดังงา น้ำมันมะกรูด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับความพึงพอใจต่อตำรับผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความพึงพอใจในลักษณะเนื้อผลิตภัณฑ์ สี ความชื้น การซึมเข้าสู่ผิว ความมันขณะนวด ความมันหลังนวด ความรู้สึกหลังการใช้อยู่ในระดับมากเช่นกัน และในส่วนของสภาวะผิวหลังการใช้ เป็นปกติ ไม่คันหรือเป็นผื่น

แดง จากผลการศึกษาดังกล่าว จึงคาดว่าน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย น่าจะมีศักยภาพที่จะทดแทนน้ำมันหอมระเหยจากต่างประเทศบางชนิดได้ในผลิตภัณฑ์สุคนธบำบัด อีกทั้งยังมีราคาถูกกว่า ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้

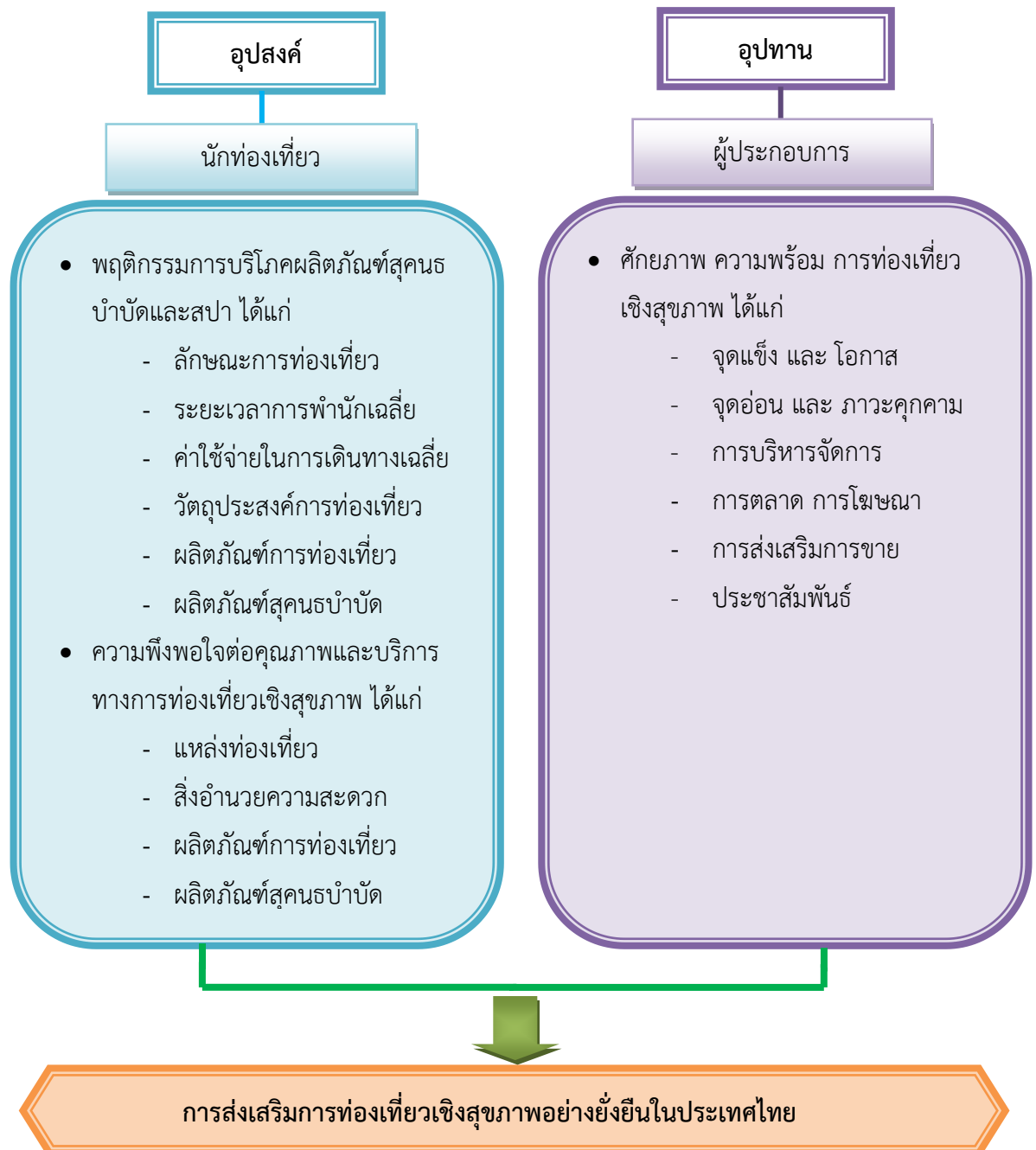
นวรรตน์ ปัตไตร (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ผลการรักษาด้วยคลื่นอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัดต่อความปวดของกล้ามเนื้อบ่าไหล่ในผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรัง ของโรงพยาบาลชุมแพ จ.ขอนแก่น” การศึกษานี้เป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบผลการรักษา ระหว่างการทำอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัด และการทำอัลตราซาวน์อย่างเดียว ต่อความปวดของกล้ามเนื้อบ่าไหล่ในผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรัง (Myofascial pain syndrome) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ยังไม่เคยมีการศึกษามาก่อน เมื่อเปรียบเทียบกับระดับความเจ็บปวดบริเวณกล้ามเนื้อบ่าไหล่ ก่อนและหลังการรักษาทันทีของทั้งสองกลุ่มนั้น พบว่า กลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์เพียงอย่างเดียวนั้น สามารถลดระดับความเจ็บปวดของอาสาสมัครได้มากกว่ากลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัด (p-value เท่ากับ 0.0073 และ 0.3299 ตามลำดับ) และผลการศึกษาภายหลัง 1 สัปดาห์ พบว่าระดับความเจ็บปวดของทั้งสองกลุ่มมีค่าลดลง โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยค่าความแตกต่างของระดับความเจ็บปวดของกล้ามเนื้อบริเวณบ่าไหล่ระหว่างสองกลุ่ม พบว่า กลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัด มีอาการปวดลดลงน้อยกว่ากลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์เพียงอย่างเดียว โดยค่าความแตกต่างดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value เท่ากับ 0.067) ในส่วนของผลการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ต่อด้านต่างๆ เช่น ผลการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ต่ออาการเคลื่อนไหวของคอเปรียบเทียบผลของการรักษาภายในกลุ่ม พบว่า ในกลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัด มีอาการเคลื่อนไหวในท่า ก้มคอ เอียงคอไปทางซ้าย และเอียงคอไปทางขวาเพิ่มขึ้น หลังการรักษาในวันแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับภายในหลังการรักษา 1 สัปดาห์ เมื่อเปรียบเทียบผลการรักษา 1 สัปดาห์ สามารถลดระดับความเครียดของอาสาสมัครได้ทั้งสองกลุ่ม แต่แนวโน้มกลับพบว่ากลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์เพียงอย่างเดียว ช่วยลดระดับความเครียดได้ดีกว่ากลุ่มการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัดอีกด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการศึกษาในครั้งนี้เปรียบเทียบผลในระยะสั้น คือ 1 สัปดาห์เท่านั้น ดังนั้น การรักษาด้วยอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัด น่าจะถูกส่งเสริมเพื่อเป็นการรักษาและบรรเทาอาการความเจ็บปวดของกลุ่มผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรังได้ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของผลระยะยาวของการรักษาด้วยอัลตราซาวน์ร่วมกับสุคนธบำบัด และควรมีการผลิตเจลอัลตราซาวน์ที่มีกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย ซึ่งอาจเป็นนวัตกรรมหรือแนวทางใหม่ของการรักษาทางกายภาพบำบัด และเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ทางคลินิก

วิศิษฐ์ วิญญูรัตน์ (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับสุคนธบำบัดต่อภาวะกระวนกระวายในผู้ป่วยโรคสมองเสื่อม” จากการศึกษาสืบค้นข้อมูลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของสุคนธบำบัดที่ใช้ในภาวะกระวนกระวายในผู้ป่วยโรคสมองเสื่อม ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2543 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2553 ได้งานวิจัยฉบับเต็ม จำนวน 5 ฉบับ แต่งานวิจัยที่มีการสุ่ม มีกลุ่มเปรียบเทียบและปกปิด โดยผ่านเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion criteria) จำนวน 3 ฉบับ และมีการใช้น้ำมันหอมระเหย 2 ชนิดที่ใช้ทำการศึกษา คือ 1) น้ำมันลาเวนเดอร์ 2) น้ำมันเลมอนบาล์ม และ 2 ใน 3 ของงานวิจัยทั้งหมด ระบุปริมาณสารสำคัญในน้ำมันหอมระเหยที่ผู้เข้าร่วมการ

ทดลองจะได้รับ จากการประเมินคุณภาพวิจัยตามหลักการของจาเดตและคณะ (Jadad *et al*, 1996) พบว่า 2 ใน 3 ของงานวิจัยทั้งหมด มีคะแนนน้อยกว่า 3 คะแนน ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การใช้สุคนธบำบัดสามารถลดภาวะกระวนกระวายในผู้ป่วยโรคสมองเสื่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยบางฉบับสามารถเพิ่มคุณภาพชีวิตผู้ป่วยได้ และไม่มีการรายงานอาการไม่พึงประสงค์ที่รุนแรงจากการใช้ แม้ว่าปัจจุบันมีการใช้สุคนธบำบัดอย่างกว้างขวาง แต่เมื่อประเมินคุณภาพของงานวิจัยตามเกณฑ์ของจาเดตและคณะ พบประเด็นที่ค่อนข้างสำคัญ เช่น ขนาดของประชากรผู้เข้าทำการศึกษา ยังมีจำนวนน้อยมาก ประชากรของกลุ่มผู้ป่วยที่เข้ามารักษาเป็นโรคสมองเสื่อมที่ต่างชนิดกัน การมี intervention บางอย่างร่วมด้วย เช่น การนวด การสัมผัสร่างกาย อาจมีผลต่อการรักษาได้ ทำให้หลักฐานทางวิชาการที่มีจึงยังไม่ชัดเจน เพียงพอในการใช้เป็นการแพทย์ทางเลือก (Alternative treatment) ของการรักษาด้วยยา (Pharmacotherapy) แต่สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ เพื่อประสิทธิภาพในการรักษาที่ดีขึ้น ทั้งนี้ การวิจัยเพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพทางคลินิกของสุคนธบำบัด ควรมุ่งเน้นปรับปรุงออกแบบงานวิจัย โดยใช้รูปแบบงานวิจัยแบบสุ่มและมีการปกปิดสองทาง (Randomized Double-blind Study design) มีการเปรียบเทียบกับยาหลอก (Placebo) ควรมีระเบียบวิธีวิจัย ข้อมูลของอาสาสมัครหรือกลุ่มตัวอย่าง วิธีการศึกษา วิธีทางสถิติและวิธีการวัดผลที่ชัดเจนและเหมาะสมมากขึ้น ควรคำนวณจำนวนตัวอย่างให้มากพอ ที่จะให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพ รวมทั้ง ระยะเวลาศึกษา ต้องเอื้อให้เห็นผลของสุคนธบำบัดต่อการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาได้นอกจากนี้ น้ำมันหอมระเหยที่นำมาใช้ในงานวิจัย ควรผ่านการระบุและตรวจวิเคราะห์ปริมาณสารสำคัญและองค์ประกอบเคมีของน้ำมันหอมระเหย โดยหน่วยงานที่มีมาตรฐาน และไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัย รวมถึง ควรมีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบน้ำมันหอมระเหยที่มีสายพันธุ์ต่างกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดสำหรับโครงการวิจัยได้ (ภาพที่ 2.4) ดังนี้



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดสำหรับโครงการวิจัย

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธ์บำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย” มีขั้นตอนและวิธีในการวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการวิจัย
4. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วยผู้ประกอบการ/ผู้จัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ และผู้ประกอบการ/ผู้จัดการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งกลุ่มที่เดินทางไป-กลับ และกลุ่มที่พักค้างแรม ดังนั้น การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงต้องแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณ โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีสูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่      n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
              N = จำนวนประชากรทั้งหมด  
              e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

#### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ประกอบด้วยข้อมูลด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

(1) ด้านผู้ประกอบการ/ผู้จัดการ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ข้อมูลด้านสถานการณ์ของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อสุขภาพ ข้อมูลด้านศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ ข้อมูลด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ข้อมูลด้านการตลาดธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ปัจจัยที่เกื้อหนุนหรือทำลายธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ปัญหาและ

อุปสรรคที่เกิดขึ้นในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ประกอบการ

(2) **ด้านนักท่องเที่ยว** เป็นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยกึ่งทดลองและการกรอกแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย ชุดคำถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีทั้งปลายปิดและปลายเปิด เพื่อเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยจัดทำเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- **ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นต้น

- **ส่วนที่ 2** รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งของชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นแบบค้างคืนหรือไปกลับ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อวัน ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยต่อครั้ง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว รูปแบบของค่าใช้จ่าย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชื่นชอบ แรงจูงใจการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในครั้งนี้ เป็นต้น

- **ส่วนที่ 3** ความพึงพอใจ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในครั้งนี้ โดยข้อมูลในส่วนนี้เป็นการวัดระดับความพึงพอใจ กำหนดให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ โดยใช้มาตราส่วน (Rating Scale) ตามแบบ Likert Scale จะแบ่งมาตราส่วนออกเป็น 5 ลำดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย พอใจน้อยที่สุด

- **ส่วนที่ 4** ความต้องการและข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ข้อมูลในส่วนนี้เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่าง เสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้กำหนดนโยบายในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

## 2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารที่ได้มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว อาทิเช่น จากหนังสือ งานวิจัย รายงานทางสถิติต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) เป็นต้น

## 3. วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงปริมาณ โดยวิธีการวิเคราะห์จำแนกตามกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย ดังนี้

### 3.1 ด้านผู้ประกอบการ/ผู้จัดการ โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบประเมินตนเองสำหรับผู้ประกอบการ ตามเกณฑ์มาตรฐานสมาคมสปาไทย วิธีการเก็บข้อมูล คือ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามด้วยตนเอง ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยโดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ก. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินตนเอง เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นตัวแทนของสถานประกอบการได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด สถานภาพตำแหน่งงาน จำนวนปีที่เปิดให้บริการ และรายได้

ข. แบบสอบถามการประเมินตนเองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านความพร้อมของสถานประกอบการในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านการบริการ
- ด้านบุคลากร
- ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์
- ด้านบริหารจัดการ
- ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

โดยมีเกณฑ์การให้ค่าน้ำหนักเป็นคะแนนดังต่อไปนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 117)

- มีความคิดเห็นว่า มีความพร้อม ให้คะแนนเป็น +1
- มีความคิดเห็นว่า ไม่แน่ใจ ให้คะแนนเป็น 0
- มีความคิดเห็นว่า ไม่พร้อม ให้คะแนนเป็น -1

จากนั้น นำมาวิเคราะห์หาความพร้อมของสถานประกอบการโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- ถ้าได้คะแนนมากกว่า หรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าสถานประกอบการมีความพร้อมในด้านนั้นๆ
- ถ้าได้คะแนนน้อยกว่า 0.5 ถือว่าสถานประกอบการไม่มีความพร้อมในด้านนั้นๆ

2) การวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต จำนวน 200 คน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ข้อมูลด้านการตลาดธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ปัจจัยที่เกื้อหนุนหรือทำลายธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ และความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ประกอบการ แล้วนำข้อมูลที่ได้ข้างต้นมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### 3.2 ด้านนักท่องเที่ยว โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์พฤติกรรมกรบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 200 คนโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้ จากการตอบแบบสอบถามชุดของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ลักษณะคำถามใช้ โดยใช้มาตราส่วน (Rating Scale) ตามแบบ Likert Scale จะแบ่งมาตราส่วนออกเป็น 5 ลำดับ (กนกทิพย์ พัฒนาพิวพันธ์, 2529) และนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เช่น ค่าร้อยละ ผลรวม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น

### ตารางที่ 3.1 มาตรฐาน (Rating Scale) ตามแบบ Likert Scale

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากนั้นนำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายตามระดับของคะแนนเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ในการวัดความรู้สึก ดังนี้

### ตารางที่ 3.2 การแปลความหมายตามระดับของคะแนนเฉลี่ย

ระดับ	ค่าเฉลี่ย
พอใจมากที่สุด	4.50- 5.00
พอใจมาก	3.50-4.49
พอใจปานกลาง	2.50-3.49
พอใจน้อย	1.50-2.49
พอใจน้อยที่สุด	1.00-1.49

2) การวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) ชนิด group randomized block design โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสมุนไพรบำบัด และสแปดต่อการผ่อนคลายของนักท่องเที่ยว ในสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 30 ราย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. มีอายุระหว่าง 20-60 ปี
2. มีสติสัมปชัญญะสมบูรณ์ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้
3. ไม่มีปัญหาการดมกลิ่น โดยการทดสอบ cranial nerve คู่ที่ 1 พบว่าปกติ และทดสอบทางผิวหนังแล้ว พบว่าไม่มีอาการแพ้ น้ำมันหอมระเหย
4. ไม่มีประวัติเป็นโรคลมชัก โรคจิตประสาท โรคความดันโลหิต ภาวะหัวใจเต้นผิดปกติ โรคระบบทางเดินหายใจ เช่น หอบหืด ปอดอุดกั้นเรื้อรัง ฤกษ์ลมโป่งพอง
5. หญิงที่กำลังตั้งครรภ์ หรือหญิงระหว่างให้นมบุตร
6. ไม่ได้รับยาที่เพิ่มหรือลดความดันโลหิต
7. ไม่ได้รับยาทำให้สงบ ยาที่ทำให้กล้ามเนื้อผ่อนคลาย และยาด้านความวิตกกังวล (anxiolytic drug)
8. ผลการตรวจสัญญาณชีพปกติ

9. ไม่มีการบาดเจ็บบริเวณศีรษะ ใบหน้าหรือคอ
10. ไม่เป็นโรคติดต่อทางผิวหนัง
11. ยินดีและเต็มใจให้ความร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้

#### 4. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ น้ำมันหอมระเหย เช่น น้ำมันระเหยกลิ่นมะกรูด กลิ่นตะไคร้ กลิ่นสาระแหน่ กลิ่นกระดังงา เป็นต้น น้ำมันน้าพา เช่น น้ำมันแก้ว น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น การนวดแบบตะวันตก เช่น การนวดสวีดิช และการนวดแบบตะวันออก เช่น การนวดแผนไทย เป็นต้น

##### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบบันทึกข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ การวินิจฉัยโรค การผ่าตัดโรคประจำตัว และชนิดน้ำมันหอมระเหยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

2.2 เครื่องมือ ได้แก่ เครื่องเปลี่ยนแปลงสัญญาณการทำงานของร่างกายมนุษย์ พร้อมการบันทึกและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ในการศึกษาปรากฏการณ์สรีรวิทยา และบันทึกความดันเลือดซิสโตลิก-ไดแอสโตลิก (systolic - diastolic pressure) อัตราการเต้นของหัวใจ และอัตราการหายใจ

2.3 แบบประเมินการผ่อนคลายชนิดเปรียบเทียบด้วยสายตา (visual analogue scale) สร้างโดยสร้อยจันทร์ พานทอง (2545) มีลักษณะเป็นเส้นตรงแนวนอนมีความยาว 10 เซนติเมตร ตำแหน่งปลายสุดทางซ้ายมือจะเป็น 0 คะแนน ตรงกับความรู้สึกไม่ผ่อนคลาย ปลายขวาสุดแทนคะแนน 10 คะแนน มีความหมายว่าผ่อนคลายมากที่สุด ในการประเมินให้กลุ่มตัวอย่างขีดเส้นในแนวตั้ง ลงบนมาตรวัดตรงตำแหน่งบนเส้น ที่แสดงถึงระดับการผ่อนคลายที่ตนเองรู้สึกในขณะนั้น ซึ่งระดับการผ่อนคลายจะวัดจากปลายทางซ้ายถึงมือระดับที่ผู้ป่วยทำเครื่องหมายไว้ มีหน่วยเป็นเซนติเมตร การประเมินระดับการผ่อนคลาย ถ้ามีคะแนนต่ำแสดงว่าการผ่อนคลายน้อย ถ้ามีคะแนนสูงแสดงว่ามีการผ่อนคลายมาก

##### 3. การพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

1) ผู้วิจัยชี้แจงการพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง เริ่มตั้งแต่การแนะนำตนเอง ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาของการวิจัย พร้อมทั้งชี้แจงให้ทราบถึงสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างในการตอบรับหรือปฏิเสธการเข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้ โดยไม่มีผลต่อการรักษาพยาบาลที่จะได้รับแต่อย่างใด

2) ในระหว่างการวิจัยหากกลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการเข้าร่วมการวิจัย หรือต้องการยกเลิกการเข้าร่วมงานวิจัย กลุ่มตัวอย่างสามารถบอกเลิกได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลต่อการรักษาพยาบาล และระหว่างการเข้าร่วมวิจัย

3) หากกลุ่มตัวอย่างมีภาวะแทรกซ้อนจากพยาธิสภาพของโรคเกิดขึ้น เช่น ชีพจรผิดปกติ คลื่นไฟฟ้าหัวใจผิดปกติ เป็นต้น ผู้วิจัยจะหยุดการดำเนินการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างนั้น แล้วรายงานอาการผิดปกติให้แพทย์ทราบเพื่อให้การช่วยเหลือทันที

4) ข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ถือว่าเป็นความลับ การนำเสนอข้อมูล จะวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและนำเสนอในภาพรวมไม่มีการเปิดเผยชื่อ และหากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยสามารถสอบถามผู้วิจัยได้ตลอดเวลา

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป นำมาแยกประเภท แจกแจงความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง
2. วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบเปรียบเทียบ คะแนนการผ่อนคลาย ระหว่างก่อนและหลังของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อรับสุคนธบำบัดผ่านการนวดแผนไทย การนวดด้วยน้ำมันนํ้าพา และการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย
3. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนการผ่อนคลายของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อได้รับการทดลองทั้ง 3 วิธี คือ สุคนธบำบัดผ่านการนวดแผนไทย การนวดด้วยน้ำมันนํ้าพา และการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ศึกษาประสิทธิภาพของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีดังนี้

### 1. การวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยส่วนนี้ เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบประเมินตนเองสำหรับผู้ประกอบการ ตามเกณฑ์มาตรฐานสมาคมสปาไทย วิธีการเก็บข้อมูล คือ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามด้วยตนเอง ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย โดยการคัดเลือกแบบสุ่ม จำนวน 100 คน ดำเนินการระหว่างวันที่ 17 - 31 มีนาคม พ.ศ. 2557 ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม ในอำเภอบางละมุง เทศบาลเมืองบางแสน และเทศบาลเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินตนเอง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 78) รองลงมา คือ เพศชาย (ร้อยละ 22) มีอายุ 40 – 44 ปี (ร้อยละ 27) รองลงมา คือ 30 – 34 ปี และ 35 – 39 ปี (ร้อยละ 22) สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 59) รองลงมา คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 19) สถานภาพโสด (ร้อยละ 54) รองลงมา คือ สมรสมีบุตร (ร้อยละ 29) ตำแหน่งพนักงาน (ร้อยละ 56) รองลงมา คือ เจ้าของและผู้จัดการ (ร้อยละ 22) สถานประกอบการส่วนใหญ่ เปิดให้บริการมาแล้ว 5 – 10 ปี และ มากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 29) รองลงมา คือ 3 – 5 ปี (ร้อยละ 27) รายได้ของสถานประกอบการต่อเดือน ส่วนใหญ่น้อยกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 26) รองลงมา คือ 50,001 - 100,000 บาท (ร้อยละ 25) ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินตนเอง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	22	22.00	2
หญิง	78	78.00	1
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
20 – 24 ปี	7	7.00	6
25 – 29 ปี	10	10.00	5
30 – 34 ปี	22	22.00	2
35 – 39 ปี	22	22.00	2
40 – 44 ปี	27	27.00	1
มากกว่า 44 ปี ขึ้นไป	12	12.00	4
วุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมศึกษา	56	56.00	1
อนุปริญญา	18	18.00	3
ปริญญาตรี	19	19.00	2
ปริญญาโท	6	6.00	4
สูงกว่าปริญญาโท	1	1.00	5
สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	54	54.00	1
สมรสไม่มีบุตร	17	17.00	3
สมรสมีบุตร	29	29.00	2
ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
เจ้าของ	22	22.00	2
ผู้จัดการ	22	22.00	2
พนักงาน	56	56.00	1
จำนวนปีที่เปิดให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
1 – 2 ปี	15	15.00	4
3 – 5 ปี	27	27.00	3
5 – 10 ปี	29	29.00	1
มากกว่า 10 ปี	29	29.00	1

**ตารางที่ 4.1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินตนเอง (ต่อ)

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	26	26.00	1
50,001 - 100,000 บาท	25	25.00	2
100,001 - 150,000 บาท	10	10.00	5
150,001 - 200,000 บาท	19	19.00	4
มากกว่า 200,000 บาท ขึ้นไป	20	20.00	3

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลทั่วไปของการประกอบกิจการนวด/สปาเพื่อสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่าง มีผลการประเมินตนเองด้านการบริการ มีความพร้อม จำนวน 10 รายการ (ร้อยละ 52.63) ไม่มีความพร้อม จำนวน 9 รายการ (ร้อยละ 47.37) มีค่าเฉลี่ยรายด้าน เท่ากับ 0.39 แสดงว่า ยังไม่มีความพร้อม ด้านการให้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

**ตารางที่ 4.2** ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านการบริการ

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
1. การให้บริการการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ (Water Treatment): Bath, Hydrotherapy, Shower, Chill Shower, Chill Pug Pool, Vichy Shower, Scotch Host, Steam, Sauna, Jacuzzi	0.09	ไม่พร้อม	-2
2. การให้บริการนวด (Massage Therapy): Swedish, Aroma, Thai, Lymph drainage, Foot massage, Foot reflexology, Facial, Head massage, Baliness massage, Indo massage, Stone massage, Deep tissue, Muscle Tension, Asian Fusion, 4 hands	0.92	พร้อม	1
3. การอบไอน้ำ การอบเซาน่า การอบสมุนไพร: Steam, Sauna, Herbal Steam	0.15	ไม่พร้อม	-5
4. การประคบร้อน ประคบเย็น การประคบด้วยสมุนไพร: Hot compress, Cold compress, Herbal compress, Sun-kiss Treatment	0.66	พร้อม	8
5. Body Treatment: การทำความสะอาดผิว, การสμανผิว, การขัดผิว, การพอกผิว, การพันตัว: (Cleanse, Toning, Exfoliation-Scrub, Body Mask, Body Wrap)	0.62	พร้อม	9

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
6. Facial Treatment: (Deep Cleansing Facial, Moisturizing Facial, Whitening Facial, Anti-wrinkle Facial, Anti-aging Facial Nourishing Facial, AHA Facial, Purify Facial)	-0.13	ไม่พร้อม	-4
7. การบริการด้วยอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและให้คำแนะนำเกี่ยวกับสรรพคุณ: (Spa Cuisine and detail)	0.20	ไม่พร้อม	-6
8. บริการการออกกำลังกาย (Exercise services): Gym-Fitness, Yoga, Qi Qong, Balls, Pilates, Boxing, Rusri Dadton, Water aerobic, Jogging, Tai chi, Sports, Water sports, Stretching	-0.11	ไม่พร้อม	-3
9. บริการการทำสมาธิ (Meditation): Pray	-0.23	ไม่พร้อม	-7
10. การขจัดสารพิษ (ยกเว้นการสวนลำไส้ใหญ่) Detoxification treatment except colon detox	-0.42	ไม่พร้อม	-8
11. การบริการอื่นๆ ที่เป็นบริการสุขภาพ (Any other health services): Nail Treatment, Hair Treatment, Spa Cuisine class, Hand & Foot Treatment, Beauty Treatment	0.05	ไม่พร้อม	-1
12. การจัดทำเมนูในการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ (Spa menu)	0.44	ไม่พร้อม	-9
13. มีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละบริการ (One services standard in each treatment)	0.83	พร้อม	2
14. มีขั้นตอนการบริการในเมนูที่ชัดเจน	0.72	พร้อม	6
15. มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าระหว่างการรับบริการ (Safety system protocol during treatment): กระจก, ออด, พนักงานกำกับ, การทดสอบการแพ้, แผ่นรองกันลื่น, ราวจับ	0.56	พร้อม	10
16. มีการประเมินความพอใจของลูกค้า (Client satisfy evaluated and implement): Satisfy Form, Client evaluated form, Client Interview, Book	0.73	พร้อม	5
17. ระบบการนัดหมายลูกค้า (Appointment System)	0.76	พร้อม	4
18. จัดบริการสินค้าที่ลูกค้าต้องการ (Spa Products)	0.72	พร้อม	6
19. การจัดให้บริการด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูล	0.80	พร้อม	3
<b>ค่าเฉลี่ยรายด้าน</b>	<b>0.39</b>	<b>ไม่พร้อม</b>	<b>อันดับ-1</b>

กลุ่มตัวอย่าง มีผลการประเมินตนเองด้านบุคลากร มีความพร้อม จำนวน 19 รายการ (ร้อยละ 90.48) ไม่มีความพร้อม จำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 9.52) มีค่าเฉลี่ยรายด้าน เท่ากับ 0.76 แสดงว่า มีความพร้อมด้านบุคลากร ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านบุคลากร

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ผู้ดำเนินกิจการ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดีและพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างดี	0.65	พร้อม	18
2. ผู้ดำเนินกิจการ เป็นผู้นำและสร้างแรงจูงใจและรับผิดชอบ ยุติธรรมต่อพนักงานในการทำให้การบริการมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า	0.86	พร้อม	5
3. ผู้ดำเนินกิจการ มีการปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้ารับข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับการทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา	0.85	พร้อม	8
4. ผู้ดำเนินกิจการ มีความสามารถในการทำการตลาดบริการสปาทั้งในประเทศและต่างประเทศ	0.32	ไม่พร้อม	-1
5. ผู้ดำเนินกิจการ มีจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างดีที่สุด	0.87	พร้อม	4
6. ผู้ดำเนินกิจการ มีความสามารถวางแผนการดำเนินงานในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพทุกๆเรื่องอย่างมีคุณภาพ	0.83	พร้อม	9
7. ผู้ดำเนินกิจการ สามารถจัดสภาพและดูแลสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าทุกคนเกิดความประทับใจ	0.91	พร้อม	1
8. ผู้ดำเนินกิจการ สามารถทำงานร่วมกับแผนกการอื่นๆ ในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพได้ดี	0.86	พร้อม	5
9. ผู้ให้บริการ ต้องผ่านการอบรมความรู้เฉพาะด้านของการบริการในแต่ละประเภทให้บริการมากกว่าเกณฑ์ มาตรฐานผู้ให้บริการของกระทรวงสาธารณสุข	0.80	พร้อม	10
10. ผู้ให้บริการ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดี สื่อสารภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 1 ภาษา	0.65	พร้อม	18
11. ผู้ให้บริการ เป็นผู้รับผิดชอบต่อบริการลูกค้าในการทำทรีทเม้นต์และให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ	0.73	พร้อม	17
12. ผู้ให้บริการ เป็นผู้มีการให้บริการลูกค้าที่สุภาพอ่อนน้อมสนใจและเอาใจใส่	0.90	พร้อม	2
13. ผู้ให้บริการ มีความสามารถในการดูแลรักษาความสะอาดและ	0.86	พร้อม	5

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอุปกรณ์ผลิตภัณฑ์ ในห้อง ทรีทเมนต์ให้ครบ พร้อมให้บริการตลอดเวลา			
14. ผู้ให้บริการ ช่วยสนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ	0.76	พร้อม	16
15. ผู้ให้บริการ ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกของ สถานประกอบการสม่ำเสมอ	0.77	พร้อม	15
16. พนักงานต้อนรับ ต้องเป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	0.39	ไม่พร้อม	-2
17. พนักงานต้อนรับ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดี และพูด ภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1 ภาษา	0.79	พร้อม	12
18. พนักงานต้อนรับ สามารถให้การต้อนรับและบริการลูกค้าทุก เรื่องทุกคนด้วยกิริยาที่สุภาพอ่อนน้อม และประทับใจ	0.88	พร้อม	3
19. พนักงานต้อนรับ ช่วยสนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ	0.79	พร้อม	12
20. พนักงานต้อนรับ มีความสามารถในการให้ข้อมูลทุกเรื่อง	0.78	พร้อม	14
21. พนักงานต้อนรับ มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหรือ ฉุกเฉินได้	0.80	พร้อม	10
<b>ค่าเฉลี่ยรายด้าน</b>	<b>0.76</b>	<b>พร้อม</b>	<b>อันดับ 1</b>

กลุ่มตัวอย่าง มีผลการประเมินตนเองด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีความพร้อม  
จำนวน 5 รายการ (ร้อยละ 50) ไม่มีความพร้อม จำนวน 5 รายการ (ร้อยละ 50) มีค่าเฉลี่ยรายด้าน  
เท่ากับ 0.49 แสดงว่า ยังไม่มีความพร้อมด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ดังแสดงในตารางที่  
4.4

**ตารางที่ 4.4** ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
1. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องไม่มีการโฆษณาคุณภาพ เป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริงอันอาจทำให้หลงเชื่อหรือสำคัญ ผิดในคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังกล่าว	0.64	พร้อม	3
2. ผลิตภัณฑ์ที่มีใช้หรือมีไว้จำหน่าย ต้องได้มาตรฐานตามเกณฑ์ การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือ กฎหมายกำหนด หรือระบุแหล่งผลิตที่ชัดเจน	0.66	พร้อม	2
3. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายโดยสถานประกอบการสปา เป็นผู้ผลิตต้องมีกระบวนการควบคุมคุณภาพและการผลิต	0.36	ไม่พร้อม	-2

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้ และถ้า นำเข้าจากต่างประเทศมีการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และมีเอกสาร ที่รับรองจากต่างประเทศ			
4. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีคุณภาพปลอดภัย และมี หลักประกันแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กรณีเกิดปัญหาจากการใช้ ผลิตภัณฑ์ (Product Liability)	0.59	พร้อม	5
5. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีจำหน่ายต้องมีฉลากที่มีรายละเอียด ถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนดรวมทั้งระบบการ ควบคุมกำกับในเรื่องวันหมดอายุผลิตภัณฑ์ โดยอาจเป็นใน รูปแบบ Computerized หรือ Manual	0.62	พร้อม	4
6. มีระบบการควบคุมปริมาณสำรองของผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัจจุบัน โดยอาจเป็นในรูปแบบ Computerized หรือ Manual	0.46	ไม่พร้อม	-5
7. มีการสอบเทียบเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ	0.41	ไม่พร้อม	-4
8. มีการดูแล รักษาความสะอาดในส่วนของเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้องสม่ำเสมอตามมาตรฐาน และให้ อยู่ในสภาพปลอดภัย พร้อมใช้งาน มีผู้มีความรู้ดูแลและให้ ข้อมูลทีมงานในการเก็บและนำไปใช้	0.72	พร้อม	1
9. มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์พิเศษ เช่น ชาวน่า สระว่ายนํ้า เครื่อง ออกกำลังกาย	0.04	ไม่พร้อม	-1
10. มีการสอบเทียบเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ	0.37	ไม่พร้อม	-3
<b>ค่าเฉลี่ยรายด้าน</b>	<b>0.49</b>	<b>ไม่พร้อม</b>	<b>อันดับ-2</b>

กลุ่มตัวอย่าง มีผลการประเมินตนเองด้านบริหารจัดการ มีความพร้อม จำนวน 7 รายการ (ร้อยละ 77.78) ไม่มีความพร้อม จำนวน 2 รายการ (ร้อยละ 22.22) มีค่าเฉลี่ยรายด้าน เท่ากับ 0.64 แสดงว่า มีความพร้อมด้านบริหารจัดการ ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านการบริหารจัดการ

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
1. การจัดแบ่งภาระหน้าที่พนักงานที่ชัดเจนตามตำแหน่ง	0.80	พร้อม	1
2. มีสายงานการบังคับบัญชาชัดเจน	0.39	ไม่พร้อม	-1
3. มีระบบการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐาน	0.75	พร้อม	2
4. มีการวัดประเมินผลการปฏิบัติงานสม่ำเสมอ	0.71	พร้อม	4
5. มีระบบการพัฒนาบุคลากร	0.66	พร้อม	6
6. มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน (Manual Operation)	0.68	พร้อม	5
7. การกำหนดเป้าหมายการตลาดชัดเจน	0.46	ไม่พร้อม	-2
8. การกำหนดมาตรฐานของวัสดุสิ้นเปลืองอย่างชัดเจน	0.53	พร้อม	7
9. มีจริยธรรมจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ	0.74	พร้อม	3
<b>ค่าเฉลี่ยรายด้าน</b>	<b>0.64</b>	<b>พร้อม</b>	<b>อันดับ 3</b>

กลุ่มตัวอย่าง มีผลการประเมินตนเองด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม มีความพร้อม จำนวน 13 รายการ (ร้อยละ 81.25) ไม่มีความพร้อม จำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 18.75) มีค่าเฉลี่ยรายด้าน เท่ากับ 0.66 แสดงว่า มีความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลการประเมินตนเองตามข้อปฏิบัติที่ดีด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
1. การตกแต่งสถานที่ต้องมีเอกลักษณ์ ถูกต้อง เหมาะสม และ สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย	0.87	พร้อม	5
2. บริเวณต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจน ไม่ รบกวนผู้รับบริการ	0.79	พร้อม	6
3. สภาพแวดล้อมที่ดี ไม่แออัด และปราศจากมลภาวะต่างๆ	0.92	พร้อม	3
4. สามารถเข้าถึงจุดต่างๆของการให้บริการอย่างสะดวก	0.93	พร้อม	2
5. มีแผนผังแสดงจุดต่างๆของสถานประกอบการ แสดงไว้อย่าง ชัดเจน	0.64	พร้อม	11
6. สถานที่มีความสะอาด และมีระบบดูแลรักษาที่ดีอย่าง สม่ำเสมอ	0.92	พร้อม	3
7. มีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสม เพียงพอตามจุดที่ให้บริการ	0.94	พร้อม	1
8. ดนตรีหรือเพลงที่ใช้ เหมาะสม ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย ตาม	0.76	พร้อม	7

ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
ลักษณะของจุดที่ให้บริการ			
9. มีความปลอดภัย และมีระบบแจ้งเตือน	0.65	พร้อม	10
10. มีตู้ล็อกเกอร์หรือตู้เซฟ ให้ลูกค้าจัดเก็บทรัพย์สินมีค่า	0.59	พร้อม	12
11. อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการสปา มีมาตรฐานรับรอง และมีคู่มือการใช้งานทุกรายการ	0.71	พร้อม	9
12. มีมุมพักผ่อน	0.76	พร้อม	7
13. มีห้องอาหารเพื่อสุขภาพ และมีการบริการเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	0.21	ไม่พร้อม	-2
14. มีมุมอ่านหนังสือ	0.40	ไม่พร้อม	-3
15. มีบริเวณให้คำปรึกษา	0.56	พร้อม	13
16. มีสถานที่ทำสมาธิ	-0.07	ไม่พร้อม	-1
ค่าเฉลี่ยรายด้าน	0.66	พร้อม	อันดับ 2

## 2. การวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยส่วนนี้ เป็นการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ในการเก็บข้อมูล วิธีการเก็บข้อมูล คือ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและดำเนินการสอบถามรายละเอียดด้วยตนเอง การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย คัดเลือกแบบสุ่ม จำนวน 100 ราย ดำเนินการระหว่างวันที่ 1 - 15 มีนาคม พ.ศ. 2557 ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม ในจังหวัดชลบุรี

### 2.1 ผลการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาส และจุดอ่อนและภาวะคุกคามของธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรี

**จุดแข็งและจุดอ่อน** ของธุรกิจสปาที่สำคัญ ประกอบด้วย

**ด้านผลิตภัณฑ์** จุดแข็งคือ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ ที่มีคุณภาพสูง มีการให้บริการหลากหลายและให้บริการอย่างมีคุณภาพ จุดอ่อน คือ มีร้านสปาเปิดใหม่จำนวนมากและตัดราคากัน

**ด้านราคา** จุดแข็ง คือ ราคาไม่สูงและมีคุณภาพดี ส่วนจุดอ่อน คือ บางร้านตั้งราคาสูงกว่าร้านอื่นๆ

**ด้านการจัดจำหน่าย** จุดแข็ง คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนและสร้างบรรยากาศในร้านให้มีความเป็นธรรมชาติมาก จุดอ่อน คือ บางร้านอยู่ในโรงแรม / รีสอร์ท ทำให้ไม่มีลูกค้าขาจร

**ด้านบุคคล** จุดแข็งคือ พนักงานมีประสบการณ์และมีฝีมือดี และพนักงานนัดผ่านการฝึกอบรมและผ่านการทดสอบฝีมือแล้ว จุดอ่อนคือ พนักงานยังขาดประสบการณ์และมีจำนวนไม่เพียงพอ

**โอกาสและภาวะคุกคาม** ในช่วงเศรษฐกิจดีหรือ High Season ลูกค้าจะมีมากในทางตรงกันข้าม ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี หรือช่วง Low Season หรือในช่วงปิดภาคเรียน ลูกค้าจะลดลง

จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด ตามหลัก 7 P's แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4.7 – 4.13

**ตารางที่ 4.7** จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
1. ผลิตภัณฑ์สปาเป็นสมุนไพรทำจากวัตถุดิบธรรมชาติที่มีคุณภาพสูงเพื่อปลอดภัยจากสารเคมี	1. มีร้านสปาเปิดใหม่จำนวนมาก ต้องแย่งลูกค้ากัน
2. มีบริการหลากหลาย เช่น นวดหน้า นวดตัว ประคบสมุนไพร พิทเนส สปาผม สปาเล็บ สปาเท้า เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเลือก	2. ร้านเพิ่งเปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก
3. ให้บริการอย่างมีคุณภาพแบบเป็นมืออาชีพ เพื่อให้ลูกค้าคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	3. ความต้องการของลูกค้ามีหลากหลาย แต่ทางร้านมีคอร์สให้บริการจำกัด
4. เป็นร้านที่เปิดดำเนินการมานานเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือของลูกค้า	4. มีคู่แข่งแข่งคือหมตเดินนวด ซึ่งติดต่อนวดตามบ้านลูกค้าโดยตรง
5. มีบริการนวดแผนไทยเสริม	
6. ให้บริการเฉพาะเจาะจง เช่น สปาเส้นผม สปาเล็บ เป็นต้น	
7. การบริการลูกค้าเน้นดูแลสุขภาพภายในและภายนอก	
8. มีคอร์สประคบสมุนไพร	
9. มีผลิตภัณฑ์สปาหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือกทั้งชนิดและกลิ่นก่อนใช้บริการ	
10. มีบริการพิเศษที่แตกต่างจากร้านอื่น เช่น สคริปผิวด้วยไวน้แดง นวดด้วยน้ำมัน อาบด้วยน้ำแร่ เป็นต้น	
11. ใช้วิธีบำบัดด้วยวิถีแบบวัฒนธรรมไทย	
12. ให้บริการนวดเป็นหลัก	

ตารางที่ 4.8 จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านราคา (Price)

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาไม่สูงและคุณภาพดี คนทั่วไปสามารถใช้บริการได้</li> <li>2. ตั้งราคาสูงได้เพราะเน้นลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจและผู้มีฐานะดี</li> <li>3. ตั้งราคาแบบหลายราคาตั้งแต่ราคาทั่วไปถึงราคาสูง เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกให้เหมาะกับกำลังเงิน</li> <li>4. ตั้งราคาพร้อมกับห้องพักโรงแรม/รีสอร์ท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาของร้านสูงกว่าร้านอื่นๆ (คุณภาพสูงกว่า)</li> <li>2. ร้านที่เปิดใหม่มักใช้วิธีการลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า</li> <li>3. ราคารวมอยู่ในแพ็คเกจที่พักจึงทำให้ราคาสูง ลูกค้ารับไม่ค่อยได้</li> </ol>

ตารางที่ 4.9 จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ร้านอยู่ในย่านชุมชนมีลูกค้ามากและหลากหลาย</li> <li>2. บรรยากาศภายในร้านมีความเป็นธรรมชาติมาก ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย</li> <li>3. บรรยากาศคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ความเป็นไทย</li> <li>4. ร้านตั้งอยู่ในโรงแรม/รีสอร์ท ทำให้มีลูกค้ามาก</li> <li>5. ออกแบบตกแต่งห้องเป็นโซนที่แตกต่างกัน เช่น แบบไทย แบบบาหลี เป็นต้น</li> <li>6. ร้านค้าอยู่ในห้างสรรพสินค้า</li> <li>7. ให้บริการนอกสถานที่</li> <li>8. เน้นลูกค้ากลุ่มบน</li> <li>9. ร้านมีบริเวณกว้างขวาง</li> <li>10. ร้านมีบรรยากาศดีติดชายทะเล</li> <li>11. จัดเป็นห้องๆ ไว้เป็นส่วนตัว</li> <li>12. ลูกค้าสามารถซื้อสมุนไพรไปใช้ที่บ้านได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ร้านตั้งอยู่ในโรงแรม/รีสอร์ท ทำให้ลูกค้าจำกัดไม่มีลูกค้าขาจร</li> <li>2. ร้านมีขนาดเล็กทำให้รับลูกค้าได้น้อย</li> <li>3. ร้านตั้งอยู่ในซอยคนไม่ค่อยผ่าน ทำให้ไม่ค่อยมีลูกค้าขาจร</li> </ol>

**ตารางที่ 4.10 จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านการส่งเสริม (Promotion)**

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
1. มีพนักงานให้บริการแนะนำคอร์สสปาที่หน้าร้าน	1. คนทั่วไปยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสปา เช่น สปาเส้นผม เป็นต้น

**ตารางที่ 4.11 จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านบุคคล (People)**

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
1. พนักงานมีประสบการณ์มากและมีฝีมือดี	1. พนักงานยังขาดประสบการณ์ในการทำงาน
2. พนักงานนวดผ่านการฝึกอบรมและทดสอบทำให้ฝีมือได้มาตรฐาน	2. พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอ
3. พนักงานมีอัธยาศัยและมารยาทดี	3. พนักงานสื่อสารกับต่างชาติเป็นภาษาอังกฤษไม่ได้
4. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในธุรกิจสปาสูง	4. ขาดผู้บริหารที่เป็นมืออาชีพ
5. มีผู้เชี่ยวชาญด้านสปาให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้า	5. ขาดการให้การศึกษอบรมพนักงานให้ปฏิบัติงานอย่างมีคุณภาพ
6. พนักงานให้ความรู้เกี่ยวกับการนวดกับลูกค้าอย่างถูกต้อง	6. พนักงานลาออกบ่อยๆ
7. พนักงานสามารถสื่อสารกับต่างชาติได้	
8. พนักงานมีบุคลิกภาพความเป็นไทย	

**ตารางที่ 4.12 จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment/Presentation)**

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
1. เน้นความสะอาด	1. มีที่จอดรถน้อยเกินไป
2. มีการแบ่งพื้นที่เป็นโซนชัดเจน	2. ห้องสำหรับให้บริการมีน้อยไม่เพียงพอกับจำนวนลูกค้า
3. ตกแต่งร้านอย่างกลมกลืน รู้สึกผ่อนคลาย	
4. พนักงานใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอนของการบริการ	
5. มีที่จอดรถสะดวก	
6. มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำคอร์สสปาแก่ลูกค้า	
7. มีห้องนวดให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ	
8. จัดสถานที่ให้ปลอดโปร่งโล่งสบาย รองรับลูกค้าได้มาก	

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
9. เน้นการบริการเพื่อสร้างความเป็นกันเองและความประทับใจ 10. ให้ลูกค้ากรอกข้อมูลก่อนเข้ารับบริการและบันทึกประวัติ ความชอบ 11. ตกแต่งร้านโดยใช้โทนสีสบายตา เฟอร์นิเจอร์เข้ากับสภาพห้อง 12. มีห้องสปาเดี่ยว คู่ พร้อมตู้ อาบตัวในตัว 13. ตกแต่งสถานที่เรียบแต่ทันสมัย 14. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว 15. พนักงานทุกคนต้องนวดตามมาตรฐานที่ร้านกำหนด 16. มีแผนกต้อนรับ (Front Office) ให้บริการข้อมูลกับลูกค้า 17. บริเวณสถานที่เงียบสงบ 18. มีห้องรับแขกหรือ บริการน้ำชงร้อนๆ	

ตารางที่ 4.13 จุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและภัยคุกคามของธุรกิจสปา ด้านกระบวนการ (Process)

จุดแข็งและโอกาส	จุดอ่อนและภาวะคุกคาม
1. ให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกบรรยากาศ 2. เน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า 3. ใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอนของการบริการ 4. ช่วงเศรษฐกิจดี หรือ High Season จะมีลูกค้ามาก	1. ร้านเปิดใหม่ยังขาดประสบการณ์ในการดำเนินงาน 2. เศรษฐกิจไม่ดี ทำให้ลูกค้าลดลง 3. ช่วง Low Season ลูกค้าลดลง 4. มหาวิทยาลัยปิดภาคเรียน ลูกค้าที่เป็นนักศึกษาลดลง

## 2.2 ผลการวิเคราะห์วิธีการบริหารจัดการที่ธุรกิจสปาใช้

ธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรี มีวิธีการบริหารจัดการโดยเน้นในเรื่องคน คือ การฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการทำสปา เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าได้ รวมถึงจัดฝึกอบรมมารยาทพนักงานให้ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า และคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์และชำนาญมาทำงาน ในเรื่องวัสดุจะเลือกและใช้สมุนไพรแท้ที่มีคุณภาพสูงมาใช้ ในเรื่องเงินจะใช้ลงทุนในการประชาสัมพันธ์การบริการของร้านในทุกรูปแบบ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า ส่วนในเรื่องการจัดการ จะเน้นที่การให้พนักงานให้บริการตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดให้มีคอร์สบริการหลากหลายโดยให้พนักงานแนะนำและจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานอย่างเป็นธรรมคือได้เงินเดือนและส่วนแบ่งพิเศษ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.14 – 4.17

#### ตารางที่ 4.14 วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปา ด้านคน (Men)

คน (Men)	
1.	จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการทำสปาแก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานอธิบายความรู้กับลูกค้าได้ คัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์และชำนาญ
2.	มีการอบรมมารยาทของพนักงานให้ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้าทุกราย
3.	จัดอบรมพนักงานก่อนเปิดร้านในแต่ละวัน
4.	จัดสอนภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษ จีน เป็นต้น เพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้า ต่างชาติได้
5.	ปลูกฝังจิตสำนึกให้พนักงานมีความรักและผูกพันองค์กร
6.	จัดฝึกอบรมให้กับพนักงานใหม่ทุกคนเพื่อให้บริการลูกค้าอย่างถูกวิธี
7.	คัดเลือกและรับพนักงานที่มีบุคลิกและหน้าตาดี
8.	จัดส่งพนักงานไปเรียนคอร์สवादโดยเฉพาะ
9.	จัดอบรมพนักงานทุกสัปดาห์

#### ตารางที่ 4.15 วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปา ด้านวัสดุ (Materials)

วัสดุ (Materials)	
1.	ใช้วัสดุสมุนไพรแท้ที่มีคุณภาพสูง
2.	มีผู้เชี่ยวชาญจัดหาสมุนไพรที่มีคุณภาพดีมาใช้
3.	มีสมุนไพรให้เลือกหลากหลาย
4.	ใช้สมุนไพรเหมือนกับร้านอื่นๆ
5.	ใช้สมุนไพรที่ทำขึ้นโดยใช้สูตรพิเศษ
6.	วัสดุที่ใช้แล้วจะไม่นำมาใช้ซ้ำอีก เช่น ผ้า เป็นต้น
7.	ใช้ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย
8.	ใช้สมุนไพรในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
9.	เน้นใช้น้ำมันที่มีคุณภาพ โดยไม่เน้นว่าต้องเป็นสมุนไพร

**ตารางที่ 4.16** วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปา ด้านเงิน (Money)

เงิน (Money)
1. มีการลงทุนโฆษณาประชาสัมพันธ์การบริการของร้านในรูปแบบต่างๆ

**ตารางที่ 4.17** วิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปา ด้านการจัดการ (Management)

การจัดการ (Management)
1. เน้นการให้บริการของพนักงานตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ให้พนักงานมีรายได้เพิ่มพิเศษอย่างเป็นธรรม นอกจากเงินเดือน
3. มีคอร์สบริการหลากหลายและมีพนักงานแนะนำลูกค้า
4. มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีอาชีพ
5. เน้นเรื่องความสะอาดของสถานที่และพนักงาน
6. จัดระบบสมาชิกอย่างดี
7. มีการแบ่งสถานที่เป็นส่วนชัดเจน เช่น ห้องนวดทั่วไป ห้องวีไอพี นวดสมุนไพร นวดน้ำมัน
8. แบ่งหน้าที่ของพนักงานในร้านอย่างชัดเจน
9. จัดหาผู้เชี่ยวชาญธุรกิจสปามาเพื่อควบคุมดูแลการดำเนินงาน
10. ให้พนักงานสอบถามข้อมูลลูกค้าโดยละเอียด
11. แฉ่ง Promotion ให้ลูกค้าทราบอยู่เสมอ
12. เจ้าของร้านดูแลกิจการด้วยตนเอง
13. เน้นเรื่องความสงบและต้อนรับลูกค้าทุกคนด้วยความมีเมตตาใจดี
14. จัดสวัสดิการให้พนักงานอย่างพอเพียง เช่น ที่พัก เป็นต้น
15. ใช้กฎระเบียบของร้านอย่างเข้มงวด
16. ให้พนักงานมีโอกาสทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของร้าน เพื่อให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ดี
17. ให้พนักงานดูแลลูกค้าของตนเองอย่างดี
18. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดฝึกอบรมพนักงาน
19. ให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงข้อบกพร่อง
20. มีการจัดกิจกรรมสัมพันธ์เพื่อให้พนักงานมีความรักต่องานที่ทำ
21. จัดร้านให้มีบรรยากาศที่สามารถผ่อนคลายได้ดี
22. มีการออกแบบ promotion ใหม่ๆ อยู่เสมอ
23. ให้บริการนวดในห้องพักโรงแรม
24. ขายเฟรนไชส์ให้กับผู้สนใจทำธุรกิจสปา
25. แบ่งกลุ่มพนักงานตามระดับความชำนาญ
26. ให้พนักงานใส่ชุดที่แตกต่างกันตามลักษณะงาน
27. บริหารงานแบบพี่น้อง
28. แจกเอกสารแนะนำคอร์สบริการแก่ลูกค้า

---

### การจัดการ (Management)

---

29. สร้างจุดเด่นของสปาแต่ละตัว
  30. คิดราคาถูกพิเศษแก่แขกที่มาพักที่โรงแรม
  31. สำรวจผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพมาให้บริการลูกค้า
  32. ไม่มีเงินเดือนให้พนักงาน แต่แบ่งเปอร์เซ็นต์รายได้ จากค่านวด เช่น 50 : 50 เป็นต้น
- 

### 2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการทางการตลาดและ/หรือ โฆษณาที่ธุรกิจสปา นำมาใช้และ ลักษณะของการใช้

วิธีการทางการตลาดและ/หรือโฆษณาที่ใช้ส่วนใหญ่ เป็นการใช้อินเตอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ควบคู่กันไปมีเพียงบางแห่งที่ใช้เพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง ในกรณีของอินเตอร์เน็ตจะโฆษณาทาง website ซึ่งเป็นของร้านเอง และบางส่วนรวมอยู่ใน website ของโรงแรม/รีสอร์ท รวมถึง การใช้ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม webboard และ Youtube ส่วนสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้มากคือ ป้ายโฆษณาบริเวณหน้าร้าน แจกแผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ตามแหล่งชุมชน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.18

#### ตารางที่ 4.18 วิธีการทางการตลาดและ/หรือโฆษณา ที่ธุรกิจสปานำมาใช้

อินเทอร์เน็ต
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โฆษณาทาง Website ของร้านโดยตรง หรือร่วมกับโรงแรม/รีสอร์ท</li> <li>2. เฟซบุ๊ก</li> <li>3. อินสตาแกรม</li> <li>4. Webboard</li> <li>5. Youtube</li> </ol>
สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้และอื่นๆ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ป้ายหน้าร้านซึ่งจะบอกคอร์สที่บริการ ราคา โปรโมชั่น</li> <li>2. แจกแผ่นพับบอกคอร์สที่บริการ ราคา โปรโมชั่น ให้กับคนที่เดินผ่านหรือวางตามห้างสรรพสินค้า</li> <li>3. แจกแผ่นปลิวตามย่านชุมชน</li> <li>4. ป้ายโฆษณานอกร้านตามสถานที่ต่างๆ</li> <li>5. นิตยสารต่างๆ เช่น แพชั่น เป็นต้น</li> <li>6. ในแผ่นพับที่ร่วมกัน โฆษณาของธนาคาร เช่น กรณีการใช้บัตรเครดิต</li> <li>7. ในแผ่นพับที่รวมอยู่กับโรงแรม</li> <li>8. วิทยุชุมชน โดยออกอากาศโฆษณาสั้นๆ</li> <li>9. จัด Events นอกสถานที่พร้อมขายคูปองส่วนลด</li> <li>10. ให้พนักงานโฆษณากับลูกค้าโดยตรง</li> <li>11. ให้พนักงานโฆษณากับนักท่องเที่ยวที่เดินผ่านบริเวณใกล้ๆ ร้าน</li> </ol>

---

## 2.4 ผลการวิเคราะห์วิธีการส่งเสริมการขายของธุรกิจสปา

วิธีการส่งเสริมการขายที่ธุรกิจสปาใช้คือการจัดทำระบบสมาชิกและให้สิทธิพิเศษโดยการลดราคาให้แก่สมาชิก การลดราคาคอร์สบริการ ใช้คูปองสะสมแต้ม การลดราคาสำหรับคอร์สที่เป็น Package จัดโปรโมชั่นในเทศกาลต่างๆ ชื่อ 1 คอร์สแถม 1 คอร์ส จัดให้มีคอร์สใหม่ๆ อยู่เสมอและมี Promotion จัดคอร์สรวมกับ Package ห้องพัก ลดราคาสำหรับคอร์สยอดนิยมหรือคอร์สที่มีคนมาใช้บริการน้อย ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 วิธีการส่งเสริมการขายของธุรกิจสปา

วิธีการส่งเสริมการขาย
1. จัดทำระบบสมาชิกลูกค้าโดยให้สิทธิพิเศษโดย การลดราคา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีให้เลือกหลายแบบ เช่น รายปี 6 เดือน 3 เดือน เป็นต้น
2. ลดราคาจากคอร์สปกติ
3. มีคูปองสะสมแต้มเมื่อครบกำหนดมาใช้บริการฟรี เช่น 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง หรือ 10 ครั้ง แถมผลิตภัณฑ์
4. จัดโปรโมชั่นลดราคาสำหรับคอร์สที่เป็น Package
5. จัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ
6. ชื่อ 1 คอร์ส แถม 1 คอร์ส
7. จัดให้มีคอร์สใหม่ๆ อยู่เสมอ และมี Promotion
8. จัดคอร์สรวมกับ Package ห้องพัก
9. ลดราคาสำหรับคอร์สที่มีคนมาใช้บริการน้อย
10. ลดราคาคอร์สยอดนิยม
11. แจกบัตรกำนัลส่วนลด
12. ให้ลูกค้าทดลองใช้บริการ
13. จัดคอร์สพิเศษ สำหรับลูกค้าขาจร
14. จัดโปรโมชั่น เช่น มา 4 จ่าย 3 / มา 3 จ่าย 2 มาเป็นคู่
15. ลดราคาสำหรับลูกค้าสูงอายุ
16. จัดโปรโมชั่นให้กับคนที่มาใช้เป็นครอบครัว
17. ให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าที่แนะนำให้คนอื่นมาใช้บริการ
18. มีของแถมสำหรับลูกค้า

## 2.5 ผลการวิเคราะห์วิธีการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจสปา

วิธีการประชาสัมพันธ์ที่ธุรกิจสปาใช้ คือ สื่อทาง website / Facebook / Webboard / Youtube ป้ายหน้าร้าน แผ่นพับ การบอกต่อลูกค้า แผ่นปลิว และอื่นๆ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.20

#### ตารางที่ 4.20 วิธีการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจสปา

ช่องทางประชาสัมพันธ์
1. ทาง Website/Facebook/Webboard/Youtube
2. ป้ายหน้าร้าน
3. แผ่นพับ
4. การบอกต่อของลูกค้า
5. แผ่นปลิว
6. สื่อวิทยุชุมชน
7. นิตยสาร
8. ป้ายคัดเอาท์ขนาดใหญ่ในชุมชน/ตามสี่แยกของถนน
9. พนักงานแนะนำคนที่เดินผ่านหน้าร้าน
10. หนังสือพิมพ์
11. พนักงานพูดคุยกับลูกค้าโดยตรง
12. ผ่านทาง TV ในห้องพักโรงแรม
13. แจกแผ่นพับในห้องพักโรงแรม
14. เคเบิลท้องถิ่น
15. จัดให้มีบูธประชาสัมพันธ์
16. จัด Events
17. แจกนามบัตรร้าน

### 3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยส่วนนี้ เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิธีการแจกแบบสอบถาม คือ ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์แบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้ง Facebook และ Line โดยใช้การสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ Google Spreadsheet ซึ่งสามารถเข้าถึงผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ที่ <https://docs.google.com/forms/d/1nwNnRXswongOlwojzD3GD0p9KIsA1OKvMmvgVj4M4pg/viewform> การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ รวมทั้งการเดินทางแจกแบบสอบถามแบบกระดาษด้วยตนเองในพื้นที่จังหวัดชลบุรี รวมเป็นแบบสอบถามที่ได้กลับมาจำนวน 271 ชุด โดยดำเนินการในช่วงเดือน มกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ. 2557

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 25 – 29 ปี (ร้อยละ 22.51) รองลงมา คือ มากกว่า 44 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 21.77) ดังแสดงในตารางที่ 4.21

**ตารางที่ 4.21** อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
20 – 24 ปี	22	8.12	6
25 – 29 ปี	61	22.51	1
30 – 34 ปี	54	19.93	3
35 – 39 ปี	38	14.02	4
40 – 44 ปี	37	13.65	5
มากกว่า 44 ปี ขึ้นไป	59	21.77	2
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.61) และปริญญาโท (ร้อยละ 38.03) รองลงมา คือ อนุปริญญา (ร้อยละ 21.40) ดังแสดงในตารางที่ 4.22

**ตารางที่ 4.22** ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

วุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมศึกษา	18	6.64	4
อนุปริญญา	58	21.40	2
ปริญญาตรี	148	54.61	1
ปริญญาโท	30	11.07	3
สูงกว่าปริญญาโท	17	6.27	5
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพทางครอบครัว สมรสมีบุตร (ร้อยละ 45.76) รองลงมา คือ สมรสไม่มีบุตร (ร้อยละ 27.31) ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 สถานภาพทางครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	73	26.94	3
สมรสไม่มีบุตร	74	27.31	2
สมรสมีบุตร	124	45.76	1
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 31.00) รองลงมา คือ รับราชการ (ร้อยละ 28.78) และ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 38.01) รองลงมา คือ 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 35.79) ดังแสดงในตารางที่ 4.24 - 4.25

ตารางที่ 4.24 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ธุรกิจส่วนตัว	84	31.00	1
รับราชการ	78	28.78	2
พนักงานเอกชน	76	28.04	3
นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ	13	4.80	4
อาชีพที่ใช้ความงาม	8	2.95	6
อื่นๆ	12	4.43	5
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ตารางที่ 4.25 รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 10,000 บาท	2	0.74	6
10,001 - 20,000 บาท	97	35.79	2
20,001 - 30,000 บาท	103	38.01	1
30,001 - 40,000 บาท	38	14.02	3
40,001 - 50,000 บาท	11	4.06	5
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	20	7.38	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 71 คน ส่วนใหญ่ สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน อยู่ใน กรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 62.04) รองลงมา คือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 7.05) ดังแสดงในตารางที่ 4.26 ตารางที่ 4.26 สถานที่พักอาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ฉะเชิงเทรา	1	1.41	5
นครนายก	2	2.82	4
ยโสธร	1	1.41	5
กรุงเทพมหานคร	44	62.04	1
นครปฐม	2	2.82	4
ระยอง	1	1.41	5
ภูเก็ต	2	2.82	4
นครศรีธรรมราช	1	1.41	5
ศรีสะเกษ	1	1.41	5
ชลบุรี	1	1.41	5
เชียงใหม่	5	7.05	2
นนทบุรี	2	2.82	4
ปทุมธานี	3	4.23	3
สงขลา	2	2.82	4
สุราษฎร์ธานี	1	1.41	5
พิษณุโลก	1	1.41	5
<b>รวม</b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>	

จังหวัดที่ใช้บริการร้านสปา อยู่ในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 66.27) รองลงมา คือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 9.87) ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านสปาบ่อยที่สุด

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ฉะเชิงเทรา	1	1.41	5
นครนายก	1	1.41	5
ยโสธร	1	1.41	5
กรุงเทพมหานคร	47	66.27	1
ระยอง	1	1.41	5
ภูเก็ต	3	4.23	3
ชลบุรี	2	2.82	4

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
เชียงใหม่	7	9.87	2
นนทบุรี	1	1.41	5
ปทุมธานี	2	2.82	4
สงขลา	2	2.82	4
สุราษฎร์ธานี	1	1.41	5
พิษณุโลก	1	1.41	5
<b>รวม</b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>	

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการใช้บริการด้านสุขภาพและความงาม

ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือ ราคาที่เหมาะสม รองลงมา คือ ความมีมาตรฐานของศูนย์ให้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.28

#### ตารางที่ 4.28 ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม

อันดับ	ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการ
1	ราคาเหมาะสม (109) ความมีมาตรฐานของศูนย์ให้บริการ (78) เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน (21)
2	ความมีมาตรฐานของศูนย์ให้บริการ (45) ผลลัพธ์ที่ใช้ในศูนย์ให้บริการ (38) เดินทางสะดวก ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน (32)
3	ผลลัพธ์ที่ใช้ในศูนย์ให้บริการ (36) เห็นผลภายหลังจากเข้ารับบริการ (33) ความสะอาดของศูนย์ให้บริการ (33)

โปรแกรมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ คือ สปา (ร้อยละ 41.94) รองลงมา คือ ฟิตเนส (ร้อยละ 21.94) โปรแกรมสุขภาพที่มีความสนใจที่จะเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ โปรแกรมลดน้ำหนัก (ร้อยละ 28.43) รองลงมา คือ โยคะร้อน (ร้อยละ 18.21) ดังแสดงในตารางที่ 4.29 - 4.30

#### ตารางที่ 4.29 โปรแกรมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการในปัจจุบัน

โปรแกรมสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ฟิตเนส	68	21.94	2
2. สปา	130	41.94	1
3. โยคะร้อน	14	4.52	5
4. แอโรบิค	13	4.19	6

โปรแกรมสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
5. อาหารเสริม	24	7.74	4
6. โปรแกรมลดน้ำหนัก	13	4.19	6
7. เต้าน (เช่น แอส ป๊อบ ป๊อบย ลีลาศ เป็นต้น)	6	1.94	8
8. อาหารสุขภาพ	42	13.55	3
<b>รวม</b>	<b>310</b>	<b>100.00</b>	

ตารางที่ 4.30 โปรแกรมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะเลือกใช้บริการ

โปรแกรมสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1. ฟิตเนส	45	14.38	4
2. สปา	49	15.65	3
3. โยคะร้อน	57	18.21	2
4. แอโรบิค	9	2.88	8
5. อาหารเสริม	11	3.51	7
6. โปรแกรมลดน้ำหนัก	89	28.43	1
7. เต้าน (เช่น แอส ป๊อบ ป๊อบย ลีลาศ เป็นต้น)	36	11.50	5
8. อาหารสุขภาพ	17	5.43	6
<b>รวม</b>	<b>313</b>	<b>100.00</b>	

ช่องทางค้นหาข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการใช้งาน) ส่วนใหญ่ คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ โทรทัศน์ ผู้มีอิทธิพลกับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสปา ส่วนใหญ่ คือ ตนเอง (ร้อยละ 72.32) รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว/คนใกล้ชิด (ร้อยละ 18.08) ดังแสดงในตารางที่ 4.31 – 4.32

ตารางที่ 4.31 ช่องทางข้อมูลเกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพและความงาม

อันดับ	ช่องทางข้อมูลเกี่ยวกับสปา
1	อินเทอร์เน็ต (98) โทรทัศน์ (67) ปากต่อปาก (34)
2	โทรทัศน์ (66) นิตยสาร (36) ใบปลิว (35)
3	ปากต่อปาก (68) นิตยสาร (13) ใบปลิว (15)

ตารางที่ 4.32 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการสปา

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตนเอง	196	72.32	1
สมาชิกในครอบครัว/คนใกล้ชิด	49	18.08	2
เพื่อนร่วมงาน/เพื่อน	22	8.12	3
ผู้มีชื่อเสียง	1	0.37	5
ตัวแทนขาย	3	1.11	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ คือ ส่วนใหญ่ไปใช้เป็นกลุ่มเล็ก 2-3 คน (ร้อยละ 50.18) รองลงมา คือ ใช้บริการคนเดียว (ร้อยละ 47.23) ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 จำนวนคนที่ใช้บริการสปา

จำนวนคนที่ใช้บริการสปา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
คนเดียว	128	47.23	2
กลุ่มเล็ก 2-3 คน	136	50.18	1
กลุ่มใหญ่ 4 คนขึ้นไป	7	2.58	3
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 69.00) รองลงมา คือ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) (ร้อยละ 19.93) โดยมีความถี่ในการใช้บริการ ได้แก่ ส่วนใหญ่ ความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 66.79) รองลงมา คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 15.13) ดังแสดงในตารางที่ 4.34 – 4.35

ตารางที่ 4.34 เวลาที่ใช้บริการสปา

วันที่เข้ารับบริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	54	19.93	2
วันเสาร์-อาทิตย์	187	69.00	1
วันหยุดนักขัตฤกษ์	17	6.27	3
วันลาพักร้อน	13	4.80	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ตารางที่ 4.35 ความถี่ที่เข้ารับบริการสปา

ความถี่ที่เข้ารับบริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	39	14.39	3
1-2 ครั้งต่อเดือน	181	66.79	1
3-4 ครั้งต่อเดือน	10	3.69	4
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	41	15.13	2
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการสปา โดยเป็น Day spa (ร้อยละ 59.78) รองลงมา คือ Hotel and Resort Spa (ร้อยละ 18.82) ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ประเภทสปาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

ประเภทสปา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
Day Spa	162	59.78	1
Hotel and Resort Spa	51	18.82	2
Destination Spa	11	4.06	5
Medical Spa	34	12.55	3
Club Spa	13	4.80	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

รูปแบบการนวดในสปาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ คือ นวดไทย (ร้อยละ 65.68) รองลงมา คือ นวดเท้า (ร้อยละ 22.88) และรูปแบบการนวดในสปาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นประจำ (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการทำงาน) คือ นวดตัว (นวดไทย นวดน้ำมันหอมระเหย นวดสมุนไพร และลูกประคบ) รองลงมา คือ อบสมุนไพรและอบไอน้ำ ดังแสดงในตารางที่ 4.37 – 4.38

ตารางที่ 4.37 รูปแบบการนวดในสปาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

รูปแบบการนวดในสปา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
การนวดไทย (Thai massage)	178	65.68	1
การนวดเท้า (Foot Reflexology)	62	22.88	2
สுகนธบำบัด (Aromatherapy)	15	5.54	3
การนวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage)	7	2.58	5
การนวดกดจุด (Reflexology)	9	3.32	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ตารางที่ 4.38 รูปแบบการนวดในสปาที่ใช้บริการเป็นประจำ

อันดับ	รูปแบบการนวดในสปา
1	นวดตัว (นวดไทย, นวดน้ำมันหอมระเหย, นวดสมุนไพรและลูกประคบ) (186) อบสมุนไพรและอบไอน้ำ (62) เสริมความงามและลดความอ้วน (13)
2	อบสมุนไพรและอบไอน้ำ (116) วารีบำบัด (48) เสริมความงามและลดความอ้วน (19)
3	เสริมความงามและลดความอ้วน (88) บริการเสริม เช่น โยคะ (59) วารีบำบัด (34)

ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการใช้งาน) ส่วนใหญ่ คือ สมุนไพรสด รองลงมา คือ น้ำมันหอมระเหย และ สารสกัดสมุนไพร ดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่ชื่นชอบ

อันดับ	ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณ
1	สมุนไพรสด (109) น้ำมันหอมระเหย (99) สารสกัดสมุนไพร (46)
2	สารสกัดสมุนไพร (99) น้ำมันหอมระเหย (69) สารสกัดผสมวิตามิน (22)
3	น้ำมันหอมระเหย (78) สารสกัดผสมวิตามิน (40) สารสังเคราะห์เข้มข้น (32)

รูปแบบของการตกแต่งสปาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการ คือ แบบ Natural (ร้อยละ 37.27) รองลงมา คือ แบบ Modern (ร้อยละ 28.78) ดังแสดงในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 รูปแบบการตกแต่งสปาที่เหมาะสม สำหรับศูนย์บริการด้านสุขภาพและความงาม

รูปแบบการตกแต่งสปา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
Modern (สมัยใหม่)	78	28.78	2
Trendy (วัยรุ่น สดใส)	12	4.43	5
Natural (เน้นความเป็นธรรมชาติ)	101	37.27	1
Bali (บาหลี่)	62	22.88	3
Modern Vintage (โมเดิร์น วินเทจ)	18	6.64	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์สปาของกลุ่มตัวอย่าง (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการใช้งาน) ส่วนใหญ่ คือ ความมีมาตรฐาน รองลงมา คือ ประสิทธิภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ปัจจัยสำคัญในการเลือกผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่โปรดปราน

อันดับ	ปัจจัยสำคัญในการเลือกผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณ
1	มาตรฐาน (102) ประสิทธิภาพ (90) ความมีชื่อเสียง (27)
2	ประสิทธิภาพ (111) ความมีชื่อเสียง (40) บรรจุกัญจน์ (31)
3	ความคุ้มค่า (63) ได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก (51) บรรจุกัญจน์ (29)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในแต่ละครั้ง จำนวน 500-1,000 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 64.21) รองลงมา คือ น้อยกว่า 500 บาท (ร้อยละ 19.93) ดังแสดงในตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 500 บาท	54	19.93	2
500-1,000 บาท	174	64.21	1
1,001-1,500 บาท	30	11.07	3
1,500-2,000 บาท	10	3.69	4
มากกว่า 2,000 บาท	3	1.11	5
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในโปรโมชั่นที่ผู้ให้บริการสปา ได้แก่ ลดราคา (ร้อยละ 47.23) รองลงมา คือ ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ (ร้อยละ 21.03) ดังแสดงในตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 โปรโมชั่นที่ให้ความสนใจมากที่สุด

โปรโมชั่น	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ลดราคา	128	47.23	1
ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ	57	21.03	2
สะสมแต้มเพื่อรับสิทธิพิเศษ	39	14.39	3
ส่วนลดจากการจองผ่านอินเทอร์เน็ต	5	1.85	7
เป็นสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ	19	7.01	4
ซื้อ 1 แถม 1	14	5.17	5
บุฟเฟ่ต์สปา เลือกใช้บริการใดก็ได้	9	3.32	6
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

### ส่วนที่ 3 ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารจากร้านสปาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่าง (เรียงตามลำดับตามความสำคัญ) ส่วนใหญ่ใช้ในการเข้าถึงบริการ คือ สื่อมีเดีย Website รองลงมา คือ สื่อมีเดีย Facebook ดังแสดงในตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 การประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ใดบ้างที่ท่านเข้าถึงบ่อยที่สุด

อันดับ	การประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media
1	Website (145) Facebook (119) Instagram (4)
2	Facebook (134) Instagram (26) Youtube (5)
3	Instagram (74) Twitter (84) Youtube (55)

ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอบนเว็บไซต์เพื่อการตัดสินใจใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ โปรโมชั่น (ร้อยละ 24.63) รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ (ร้อยละ 18.91) ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับร้านสปาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ มีเบอร์โทรศัพท์ให้สอบถาม (ร้อยละ 87.45) รองลงมา คือ สามารถสอบถามผ่าน email (ร้อยละ 4.06) ดังแสดงในตารางที่ 4.45 – 4.46

ตารางที่ 4.45 การนำเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการตัดสินใจใช้บริการ

ข้อมูลที่ต้องการให้นำเสนอบนเว็บไซต์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
การบริการ	142	18.91	2
โปรโมชั่น	185	24.63	1
แผนที่ร้าน	119	15.85	4
ราคา	124	16.51	3
ใบแสดงการประกอบกิจการ	65	8.66	6
ภาพถ่ายสถานที่	116	15.45	5
รวม	751	100.00	

ตารางที่ 4.46 ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับร้านสปาที่สนใจจะใช้บริการ

ช่องทางบนอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มีเบอร์โทรศัพท์ที่ให้สอบถาม	237	87.45	1
สอบถามผ่าน email	11	4.06	2
มีกล่องข้อความให้กรอกคำถาม แล้วตอบกลับทาง email	9	3.32	9
มีเว็บไซต์	8	2.95	4
มีกล่องข้อความที่สามารถส่งไปจาก facebook	6	2.21	5
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ความถี่ของการใช้ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านสปา ส่วนใหญ่ คือ ใช้น้อย (1-2 ครั้ง) (ร้อยละ 39.11) รองลงมา คือ ไม่เคยใช้ (ร้อยละ 37.64) ดังแสดงในตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 ความถี่ของการใช้ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านสปา

ความถี่ของการใช้ช่องทางบนอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เคยใช้	102	37.64	2
ใช้น้อย (1-2 ครั้ง)	106	39.11	1
ใช้ปานกลาง (3-4 ครั้ง)	41	15.13	3
ใช้เป็นประจำ (มากกว่า 5 ครั้ง)	22	8.12	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

ความถี่ในการซื้อสินค้าราคาพิเศษจากร้านสปาบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่ คือ ไม่เคยใช้ (ร้อยละ 80.44) รองลงมา คือ ใช้น้อย (1-2 ครั้ง) (ร้อยละ 12.18) ดังแสดงในตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ความถี่ในการซื้อสินค้าราคาพิเศษบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้าและบริการร้านสปา

ความถี่ในการซื้อสินค้าราคาพิเศษ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เคยใช้	218	80.44	1
ใช้น้อย (1-2 ครั้ง)	33	12.18	2
ใช้ปานกลาง (3-4 ครั้ง)	14	5.17	3
ใช้เป็นประจำ (มากกว่า 5 ครั้ง)	6	2.21	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

รีวิวของบิวตี้บล็อกเกอร์ หรือคนที่มีชื่อเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านสปาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือไม่มีผลต่อการตัดสินใจ (ร้อยละ 72.69) รองลงมา คือ มีผลน้อย (1-2 ครั้ง) (ร้อยละ 20.66) ดังแสดงในตารางที่ 4.49

**ตารางที่ 4.49** ความถี่ของการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านสปา จากการอ่านรีวิวของบิวตี้บล็อกเกอร์ หรือคนที่มีชื่อเสียงบนอินเทอร์เน็ต

ความถี่ของการตัดสินใจเข้าใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เคยใช้	197	72.69	1
ใช้น้อย (1-2 ครั้ง)	56	20.66	2
ใช้ปานกลาง (3-4 ครั้ง)	13	4.80	3
ใช้เป็นประจำ (มากกว่า 5 ครั้ง)	5	1.85	4
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

การนำเทคโนโลยีต่างๆมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีผล (ร้อยละ 30.63) รองลงมา คือ มีผลเป็นอย่างมาก (ร้อยละ 27.31) ดังแสดงในตารางที่ 4.50

**ตารางที่ 4.50** ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จากการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้เป็นสื่อกลาง

ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่มีผล	83	30.63	1
มีบ้างเล็กน้อย	60	22.14	3
มีผลปานกลาง	54	19.93	4
มีผลเป็นอย่างมาก	74	27.31	2
<b>รวม</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>	

#### 4. การศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยส่วนนี้ เป็นการวิจัยโดยการกึ่งทดลอง (Experiment) โดยใช้รูปแบบ Controlled trial cross-over study ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย แบบ multicenter study กลุ่มที่หนึ่ง โดยการคัดเลือกแบบสุ่ม จำนวน 29 คน ดำเนินการระหว่างวันที่ 8 - 29 มีนาคม พ.ศ. 2557 ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 29 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.96) อายุระหว่าง 18 - 82 ปี (ค่าเฉลี่ย  $50.48 \pm 16.69$ ) ส่วนสูงระหว่าง 150 - 182 เซนติเมตร (ค่าเฉลี่ย  $162.38 \pm 8.04$ ) น้ำหนักระหว่าง 47 - 90 กิโลกรัม (ค่าเฉลี่ย  $66.45 \pm 12.23$ ) ดัชนีมวลกายระหว่าง 19.07 - 32.47 กิโลกรัมต่อตารางเมตร (ค่าเฉลี่ย  $25.12 \pm 3.78$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ส่วนสูง (ซม)	น้ำหนัก (กก)	ดัชนีมวลกาย
1	หญิง	42	162	75	28.58
2	ชาย	18	168	65	23.03
3	ชาย	18	182	75	22.64
4	หญิง	34	160	51	19.92
5	หญิง	30	158	55	22.03
6	หญิง	55	153	59	25.20
7	หญิง	65	158	56	22.43
8	หญิง	26	170	86	29.76
9	หญิง	57	155	56	23.31
10	ชาย	60	171	81.5	27.87
11	ชาย	25	171	63	21.55
12	หญิง	60	155	65	27.06
13	หญิง	82	150	48.5	21.56
14	หญิง	62	155	78	32.47
15	ชาย	62	172	75	25.35
16	หญิง	65	165	74	27.18
17	หญิง	65	155	65	27.06

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ส่วนสูง (ซม)	น้ำหนัก (กก)	ดัชนีมวลกาย
18	ชาย	63	167	75	26.89
19	หญิง	75	158	74	29.64
20	หญิง	48	162	70	26.67
21	หญิง	42	160	75	29.30
22	หญิง	47	154	63	26.56
23	ชาย	48	178	80	25.25
24	หญิง	45	160	50	19.53
25	ชาย	46	175	90	29.39
26	ชาย	46	157	47	19.07
27	หญิง	49	160	52	20.31
28	หญิง	54	160	49	19.14
29	หญิง	75	158	74	29.64
	max	82	182	90	32.47
	min	18	150	47	19.07
	mean	50.48	162.38	66.45	25.12
	SD	16.69	8.04	12.23	3.78

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางคลินิกของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ได้รับการนวดตามมาตรฐานของสถานประกอบการ มีรูปแบบการนวด ได้แก่ 1) นวดไทย 2) นวดอโรมา ด้วยน้ำมันตะไคร้ 3) นวดน้ำมัน ด้วยน้ำมันเมล็ดอัลมอนด์ โดยตรวจวัดค่าสัญญาณชีพ ได้แก่ ความดันโลหิตซิสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) และชีพจร (ครั้งต่อนาที) ก่อนและหลังการนวด เป็นเวลา 10 นาที ดังแสดงในตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ความดันโลหิตและชีพจรของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	รูปแบบการนวด	ซิสโตลิก (ก่อน)	ซิสโตลิก (หลัง)	ไดแอสโตลิก (ก่อน)	ไดแอสโตลิก (หลัง)	ชีพจร (ก่อน)	ชีพจร (หลัง)
1	นวดไทย	133	118	69	72	72	69
	นวดอโรมา	125	119	74	75	73	76
	นวดน้ำมัน	113	125	69	72	73	68
2	นวดไทย	101	109	72	68	93	82
	นวดอโรมา	124	104	70	64	99	89
	นวดน้ำมัน	116	100	62	62	88	81

ลำดับ ที่	รูปแบบ การนวด	ซิสโตลิก (ก่อน)	ซิสโตลิก (หลัง)	ไดแอสโตลิก (ก่อน)	ไดแอสโตลิก (หลัง)	ชีพจร (ก่อน)	ชีพจร (หลัง)
3	นวดไทย	123	98	95	97	87	75
	นวดอโรมา	118	105	62	71	78	75
	นวดน้ำมัน	112	113	66	65	98	79
4	นวดไทย	112	121	78	71	76	68
	นวดอโรมา	123	122	77	71	65	65
	นวดน้ำมัน	115	121	75	70	73	71
5	นวดไทย	110	104	75	59	78	76
	นวดอโรมา	122	123	90	80	83	73
	นวดน้ำมัน	115	119	73	74	81	79
6	นวดไทย	138	116	63	61	78	75
	นวดอโรมา	146	129	73	70	71	75
	นวดน้ำมัน	162	163	89	73	72	84
7	นวดไทย	142	160	81	77	84	73
	นวดอโรมา	139	160	74	83	80	76
	นวดน้ำมัน	131	142	76	77	74	68
8	นวดไทย	132	148	73	81	64	75
	นวดอโรมา	117	131	67	70	65	62
	นวดน้ำมัน	148	150	77	118	63	65
9	นวดไทย	111	127	63	62	83	73
	นวดอโรมา	119	127	74	72	86	77
	นวดน้ำมัน	128	118	72	63	80	72
10	นวดไทย	123	132	90	81	58	60
	นวดอโรมา	118	126	64	78	63	57
	นวดน้ำมัน	115	113	72	70	56	57
11	นวดไทย	117	116	65	68	61	62
	นวดอโรมา	128	116	64	65	60	61
	นวดน้ำมัน	123	125	64	65	63	74
12	นวดไทย	164	154	84	84	69	65
	นวดอโรมา	162	136	80	89	62	66
	นวดน้ำมัน	148	152	75	79	67	64
13	นวดไทย	143	171	62	79	64	64
	นวดอโรมา	140	138	72	64	67	65
	นวดน้ำมัน	141	138	74	67	66	68

ลำดับ ที่	รูปแบบ การนวด	ซิสโตลิก (ก่อน)	ซิสโตลิก (หลัง)	ไดแอสโตลิก (ก่อน)	ไดแอสโตลิก (หลัง)	ชีพจร (ก่อน)	ชีพจร (หลัง)
14	นวดไทย	96	133	70	74	79	74
	นวดอโรมา	110	110	80	73	79	79
	นวดน้ำมัน	142	137	76	75	81	81
15	นวดไทย	136	144	77	74	82	77
	นวดอโรมา	149	147	86	77	82	74
	นวดน้ำมัน	145	140	78	70	85	78
16	นวดไทย	107	131	72	66	68	66
	นวดอโรมา	108	145	91	80	76	78
	นวดน้ำมัน	147	130	73	70	75	76
17	นวดไทย	144	122	69	61	56	45
	นวดอโรมา	133	135	65	62	51	56
	นวดน้ำมัน	123	124	53	65	105	74
18	นวดไทย	125	104	65	60	62	55
	นวดอโรมา	98	110	58	62	55	55
	นวดน้ำมัน	102	120	62	67	64	64
19	นวดไทย	123	114	61	58	61	58
	นวดอโรมา	108	133	60	69	53	56
	นวดน้ำมัน	108	119	57	62	57	54
20	นวดไทย	114	117	77	76	79	76
	นวดอโรมา	139	144	81	87	79	74
	นวดน้ำมัน	118	115	76	77	76	78
21	นวดไทย	116	140	85	88	71	67
	นวดอโรมา	126	150	89	71	84	75
	นวดน้ำมัน	130	115	88	93	78	78
22	นวดไทย	123	124	77	81	93	93
	นวดอโรมา	136	93	90	79	109	98
	นวดน้ำมัน	109	125	81	81	92	93
23	นวดไทย	151	137	99	98	80	75
	นวดอโรมา	139	137	96	85	75	83
	นวดน้ำมัน	131	135	90	86	82	83
24	นวดไทย	125	119	66	72	75	75
	นวดอโรมา	108	114	64	65	88	80
	นวดน้ำมัน	100	103	62	62	76	72

ลำดับ ที่	รูปแบบ การนวด	ซิสโตลิก (ก่อน)	ซิสโตลิก (หลัง)	ไดแอสโตลิก (ก่อน)	ไดแอสโตลิก (หลัง)	ชีพจร (ก่อน)	ชีพจร (หลัง)
25	นวดไทย	124	130	75	85	73	71
	นวดอโรมา	122	130	78	83	82	71
	นวดน้ำมัน	111	121	79	86	63	62
26	นวดไทย	109	118	69	74	89	75
	นวดอโรมา	110	130	71	74	87	75
	นวดน้ำมัน	112	113	70	76	77	76
27	นวดไทย	91	112	55	66	80	68
	นวดอโรมา	112	99	66	62	68	73
	นวดน้ำมัน	100	99	63	62	72	70
28	นวดไทย	113	104	75	62	84	88
	นวดอโรมา	122	111	65	73	84	78
	นวดน้ำมัน	113	104	75	62	84	88
29	นวดไทย	103	114	56	56	55	59
	นวดอโรมา	101	110	59	57	82	72
	นวดน้ำมัน	110	112	68	73	83	72

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดไทย มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -20.33 ถึง 38.54 (ค่าเฉลี่ย  $3.40 \pm 14.07$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -63.74 ถึง -3.06 (ค่าเฉลี่ย  $-40.92 \pm 10.93$ ) และชีพจร มีค่าระหว่าง -21.33 ถึง 27.42 (ค่าเฉลี่ย  $0.07 \pm 10.37$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.53

**ตารางที่ 4.53** ความดันโลหิตและชีพจรที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดไทย ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร
1	หญิง	42	28.58	-11.28	-41.53	4.35
2	ชาย	14	23.03	7.92	-33.94	-5.56
3	ชาย	15	22.64	-20.33	-3.06	2.11
4	หญิง	34	19.92	8.04	-35.54	-8.97
5	หญิง	30	22.03	-5.45	-27.88	-21.33
6	หญิง	55	25.20	-15.94	-45.69	-3.17
7	หญิง	65	22.43	12.68	-49.38	-4.94
8	หญิง	26	29.76	12.12	-50.68	10.96

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ซีพจร
9	หญิง	57	23.31	14.41	-50.39	-1.59
10	ชาย	60	27.87	7.32	-31.82	-10.00
11	ชาย	25	21.55	-0.85	-43.97	4.62
12	หญิง	60	27.06	-6.10	-45.45	0.00
13	หญิง	82	21.56	19.58	-63.74	27.42
14	หญิง	62	32.47	38.54	-47.37	5.71
15	ชาย	62	25.35	5.88	-46.53	-3.90
16	หญิง	65	27.18	22.43	-45.04	-8.33
17	หญิง	65	27.06	-15.28	-43.44	-11.59
18	ชาย	63	26.89	-16.80	-37.50	-7.69
19	หญิง	75	29.64	-7.32	-46.49	-4.92
20	หญิง	48	26.67	2.63	-34.19	-1.30
21	หญิง	42	29.30	20.69	-39.29	3.53
22	หญิง	47	26.56	0.81	-37.90	5.19
23	ชาย	48	25.25	-9.27	-27.74	-1.01
24	หญิง	45	19.53	-4.80	-44.54	9.09
25	ชาย	46	29.39	4.84	-42.31	13.33
26	หญิง	46	19.07	8.26	-41.53	7.25
27	หญิง	47	20.31	23.08	-50.89	20.00
28	หญิง	54	19.14	-7.96	-27.88	-17.33
29	หญิง	75	29.64	10.68	-50.88	0.00
	<b>max</b>	<b>82</b>	<b>32.47</b>	<b>38.54</b>	<b>-3.06</b>	<b>27.42</b>
	<b>min</b>	<b>18</b>	<b>19.07</b>	<b>-20.33</b>	<b>-63.74</b>	<b>-21.33</b>
	<b>mean</b>	<b>50.48</b>	<b>25.12</b>	<b>3.40</b>	<b>-40.92</b>	<b>0.07</b>
	<b>SD</b>	<b>16.69</b>	<b>3.78</b>	<b>14.07</b>	<b>10.93</b>	<b>10.37</b>

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดอโรมา มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -31.62 ถึง 34.26 (ค่าเฉลี่ย  $1.66 \pm 13.64$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -54.89 ถึง -3.23 (ค่าเฉลี่ย  $-40.48 \pm 10.13$ ) และซีพจร มีค่าระหว่าง -20.22 ถึง 21.88 (ค่าเฉลี่ย  $-0.47 \pm 10.38$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 ความดันโลหิตและชีพจรที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการ นวดอโรมา ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร
1	หญิง	42	28.58	-4.80	-37.82	1.35
2	ชาย	14	23.03	-16.13	-32.69	-8.57
3	ชาย	15	22.64	-11.02	-40.95	14.52
4	หญิง	34	19.92	-0.81	-36.89	-7.79
5	หญิง	30	22.03	0.82	-26.83	-11.11
6	หญิง	55	25.20	-11.64	-43.41	-4.11
7	หญิง	65	22.43	15.11	-53.75	12.16
8	หญิง	26	29.76	11.97	-48.85	4.48
9	หญิง	57	23.31	6.72	-41.73	-2.70
10	ชาย	60	27.87	6.78	-49.21	21.88
11	ชาย	25	21.55	-9.38	-44.83	1.56
12	หญิง	60	27.06	-16.05	-41.18	11.25
13	หญิง	82	21.56	-1.43	-47.83	-11.11
14	หญิง	62	32.47	0.00	-27.27	-8.75
15	ชาย	62	25.35	-1.34	-41.50	-10.47
16	หญิง	65	27.18	34.26	-37.24	-12.09
17	หญิง	65	27.06	1.50	-51.85	-4.62
18	ชาย	63	26.89	12.24	-47.27	6.90
19	หญิง	75	29.64	23.15	-54.89	15.00
20	หญิง	48	26.67	3.60	-43.75	7.41
21	หญิง	42	29.30	19.05	-40.67	-20.22
22	หญิง	47	26.56	-31.62	-3.23	-12.22
23	ชาย	48	25.25	-1.44	-29.93	-11.46
24	หญิง	45	19.53	5.56	-43.86	1.56
25	ชาย	46	29.39	6.56	-40.00	6.41
26	หญิง	46	19.07	18.18	-45.38	4.23
27	หญิง	47	20.31	-11.61	-33.33	-6.06
28	หญิง	54	19.14	-9.02	-41.44	12.31
29	หญิง	75	29.64	8.91	-46.36	-3.39
	max	34.26	-3.23	21.88	34.26	-3.23
	min	-31.62	-54.89	-20.22	-31.62	-54.89

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร
	mean	1.66	-40.48	-0.47	1.66	-40.48
	SD	13.64	10.13	10.38	13.64	10.13

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดน้ำมัน มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -13.79 ถึง 17.65 (ค่าเฉลี่ย  $1.00 \pm 7.47$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -57.26 ถึง -23.48 (ค่าเฉลี่ย  $-41.21 \pm 7.37$ ) และชีพจร มีค่าระหว่าง -17.98 ถึง 53.25 (ค่าเฉลี่ย  $1.67 \pm 13.05$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 ความดันโลหิตและชีพจรที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดน้ำมัน ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร
1	หญิง	42	28.58	10.62	-44.80	4.35
2	ชาย	14	23.03	-13.79	-38.00	0.00
3	ชาย	15	22.64	0.89	-41.59	-1.52
4	หญิง	34	19.92	5.22	-38.02	-6.67
5	หญิง	30	22.03	3.48	-38.66	1.37
6	หญิง	55	25.20	0.62	-45.40	-17.98
7	หญิง	65	22.43	8.40	-46.48	1.32
8	หญิง	26	29.76	1.35	-48.67	53.25
9	หญิง	57	23.31	-7.81	-38.98	-12.50
10	ชาย	60	27.87	-1.74	-36.28	-2.78
11	ชาย	25	21.55	1.63	-48.80	1.56
12	หญิง	60	27.06	2.70	-50.66	5.33
13	หญิง	82	21.56	-2.13	-46.38	-9.46
14	หญิง	62	32.47	-3.52	-44.53	-1.32
15	ชาย	62	25.35	-3.45	-44.29	-10.26
16	หญิง	65	27.18	-11.56	-43.85	-4.11
17	หญิง	65	27.06	0.81	-57.26	22.64
18	ชาย	63	26.89	17.65	-48.33	8.06
19	หญิง	75	29.64	10.19	-52.10	8.77
20	หญิง	48	26.67	-2.54	-33.91	1.32
21	หญิง	42	29.30	-11.54	-23.48	5.68

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง		
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร
22	หญิง	47	26.56	14.68	-35.20	0.00
23	ชาย	48	25.25	3.05	-33.33	-4.44
24	หญิง	45	19.53	3.00	-39.81	0.00
25	ชาย	46	29.39	9.01	-34.71	8.86
26	หญิง	46	19.07	0.89	-38.05	8.57
27	หญิง	47	20.31	-1.00	-36.36	-1.59
28	หญิง	54	19.14	-7.96	-27.88	-17.33
29	หญิง	75	29.64	1.82	-39.29	7.35
	max	82	32.47	17.65	-23.48	53.25
	min	18	19.07	-13.79	-57.26	-17.98
	mean	50.48	25.12	1.00	-41.21	1.67
	SD	16.69	3.78	7.47	7.37	13.05

การวิจัยต่อไปนี้เป็นการศึกษาโดยการกึ่งทดลอง (Experiment) โดยใช้รูปแบบ Controlled trial cross-over study ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย แบบ multicenter study กลุ่มที่สอง โดยการคัดเลือกแบบสุ่ม จำนวน 40 ราย ดำเนินการระหว่างวันที่ 24 มีนาคม - 1 เมษายน พ.ศ. 2557 ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดชลบุรี

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 40 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.50) อายุระหว่าง 21 – 60 ปี (ค่าเฉลี่ย  $36.58 \pm 13.49$ ) ส่วนสูงระหว่าง 150 – 180 เซนติเมตร (ค่าเฉลี่ย  $163.85 \pm 8.08$ ) น้ำหนักระหว่าง 39 – 102 กิโลกรัม (ค่าเฉลี่ย  $64.64 \pm 13.66$ ) ดัชนีมวลกายระหว่าง 15.82 – 38.87 กิโลกรัมต่อตารางเมตร (ค่าเฉลี่ย  $24.05 \pm 4.75$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.56

**ตารางที่ 4.56** ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ส่วนสูง (ซม)	น้ำหนัก (กก)	ดัชนีมวลกาย
1	หญิง	55	157	39	15.82
2	หญิง	59	153	61	26.06
3	หญิง	45	163	48	18.07
4	ชาย	32	169	53	18.56
5	หญิง	30	169	60	21.01

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ส่วนสูง (ซม)	น้ำหนัก (กก)	ดัชนีมวลกาย
6	หญิง	43	165	73	26.81
7	หญิง	30	163	65	24.46
8	หญิง	52	157	53	21.50
9	หญิง	53	155	49	20.40
10	หญิง	43	161	68	26.23
11	หญิง	48	162	87	33.15
12	หญิง	36	162	102	38.87
13	ชาย	51	160	67	26.17
14	หญิง	27	160	75	29.30
15	หญิง	23	168	68	24.09
16	ชาย	29	175	92	30.04
17	ชาย	34	169	60	21.01
18	หญิง	31	158	75	30.04
19	ชาย	22	165	56	20.57
20	หญิง	21	158	49	19.63
21	ชาย	21	168	58	20.55
22	ชาย	22	178	65	20.52
23	ชาย	22	178	65	20.52
24	ชาย	21	180	72	22.22
25	ชาย	21	174	61	20.15
26	หญิง	21	154	46	19.40
27	หญิง	22	160	52	20.31
28	หญิง	48	163	78	29.36
29	ชาย	31	173	70	23.39
30	หญิง	60	157	58	23.53
31	หญิง	52	151	53	23.03
32	หญิง	57	151	63	27.63

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ส่วนสูง (ซม)	น้ำหนัก (กก)	ดัชนีมวลกาย
33	ชาย	22	173	80	26.73
34	ชาย	60	167	64	22.95
35	หญิง	30	160	68	26.56
36	ชาย	33	165	81	29.75
37	หญิง	49	150	60	26.67
38	หญิง	48	168	70	24.80
39	ชาย	38	178	82	25.88
40	หญิง	21	157	40	16.23
	max	60	180.00	102.00	38.87
	min	21	150.00	39.00	15.82
	mean	36.58	163.85	64.64	24.05
	SD	13.49	8.08	13.66	4.75

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางคลินิกของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ได้รับบริการนวดตามมาตรฐานของสถานประกอบการ มีรูปแบบการนวด ได้แก่ 1) นวดอโรมา ด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม 2) นวดน้ำมัน ด้วยน้ำมันนำพาสูตรผสม โดยตรวจวัดค่าสัญญาณชีพ ได้แก่ ความดันโลหิตซิสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) ชีพจร (ครั้งต่อนาที) และ อัตราการหายใจ (ครั้งต่อนาที) ก่อนและหลังการนวด เป็นเวลา 10 นาที ดังแสดงในตารางที่ 4.57 – 4.58

ตารางที่ 4.57 สัญญาณชีพ ของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดอโรมา ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	ก่อนใช้บริการนวดอโรมา				หลังใช้บริการนวดอโรมา			
	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
1	113	75	95	20	112	69	81	16
2	129	72	86	16	119	76	79	16
3	112	72	58	20	94	59	56	16
4	102	59	86	18	94	58	76	16

ลำดับที่	ก่อนใช้บริการนวดอโรมา				หลังใช้บริการนวดอโรมา			
	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
5	105	60	88	24	100	60	82	20
6	121	65	82	16	111	65	69	14
7	105	56	85	24	96	60	79	16
8	126	59	73	20	118	59	65	20
9	85	58	75	24	79	56	63	16
10	117	72	80	20	109	63	71	16
11	116	75	83	24	109	70	80	16
12	127	67	102	20	114	69	92	16
13	123	84	94	20	124	88	90	12
14	116	65	78	20	107	61	72	16
15	121	67	68	24	104	63	57	16
16	126	69	86	20	109	60	82	18
17	127	73	69	20	112	71	65	16
18	100	67	86	24	90	61	81	20
19	116	69	69	20	107	65	66	14
20	107	54	86	18	98	45	77	20
21	117	69	80	22	111	37	78	20
22	121	60	75	20	102	71	71	16
23	112	59	83	20	98	52	69	16
24	127	64	76	16	110	68	59	20
25	114	71	71	24	110	75	65	16
26	91	52	69	16	92	50	67	16
27	110	52	76	20	98	52	70	18
28	110	67	76	24	95	51	65	20
29	130	83	62	20	120	78	62	16
30	116	67	78	16	113	66	69	16

ลำดับที่	ก่อนใช้บริการนวดอโรมา				หลังใช้บริการนวดอโรมา			
	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
31	120	72	88	20	107	64	79	16
32	111	60	77	20	95	57	62	16
33	121	59	90	20	122	64	78	16
34	120	74	76	20	116	71	69	16
35	126	76	75	18	123	76	76	18
36	127	83	88	24	120	80	82	20
37	109	66	74	20	100	62	70	16
38	114	67	85	20	102	64	67	20
39	124	73	86	20	113	70	73	16
40	112	67	94	16	100	72	75	16

ตารางที่ 4.58 สัญญาณชีพ ของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดน้ำมัน ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	ก่อนใช้บริการนวดน้ำมัน				หลังใช้บริการนวดน้ำมัน			
	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
1	121	84	81	20	123	80	81	20
2	123	75	79	20	110	64	77	16
3	96	58	77	20	97	67	69	16
4	108	73	91	24	106	71	85	20
5	101	68	79	20	101	67	79	18
6	120	58	81	20	122	68	75	20
7	111	66	74	20	98	50	79	18
8	118	52	73	20	115	86	64	16
9	95	52	77	16	91	58	75	14
10	121	64	82	20	123	62	84	16
11	115	70	83	24	117	69	82	16

ลำดับที่	ก่อนใช้บริการนวดน้ำมัน				หลังใช้บริการนวดน้ำมัน			
	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
12	127	67	125	24	117	72	120	20
13	131	88	88	20	131	85	85	16
14	117	64	79	20	116	65	79	18
15	101	56	61	20	101	55	63	16
16	124	75	88	16	114	71	83	16
17	118	55	72	16	113	73	69	16
18	116	67	87	22	114	61	72	18
19	118	60	76	20	113	61	71	16
20	77	46	70	16	71	46	61	16
21	114	64	79	18	116	77	81	20
22	107	47	79	20	105	42	76	16
23	109	65	86	20	105	59	81	16
24	116	69	69	20	110	61	65	18
25	112	56	71	20	116	57	74	18
26	81	46	67	18	71	48	70	16
27	112	53	82	18	108	72	80	18
28	105	50	67	24	105	68	65	16
29	130	82	64	22	123	82	67	20
30	111	65	74	16	129	71	72	16
31	112	69	86	24	117	66	83	22
32	102	68	68	20	105	63	69	16
33	105	63	77	16	109	49	74	16
34	112	68	76	20	117	65	69	12
35	128	77	75	24	124	70	71	18
36	128	83	85	20	129	85	88	18
37	104	57	70	24	100	61	67	22

ลำดับที่	ก่อนใช้บริการนวดน้ำมัน				หลังใช้บริการนวดน้ำมัน			
	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ	ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
38	118	68	77	24	108	66	69	16
39	117	78	81	16	117	72	69	12
40	105	64	88	20	114	67	83	20

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดโรมาด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -16.07 ถึง 1.10 (ค่าเฉลี่ย  $-8.03 \pm 4.51$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -46.38 ถึง 18.33 (ค่าเฉลี่ย  $-4.38 \pm 10.50$ ) ชีพจร มีค่าระหว่าง -22.37 ถึง 1.33 (ค่าเฉลี่ย  $-9.76 \pm 5.88$ ) และอัตราการหายใจ มีค่าระหว่าง -40.00 ถึง 25.00 (ค่าเฉลี่ย  $-15.50 \pm 13.27$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.59

**ตารางที่ 4.59** สัญญาณชีพที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดโรมา ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง			
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
1	หญิง	55	15.82	-0.88	-8.00	-14.74	-20.00
2	หญิง	59	26.06	-7.75	5.56	-8.14	0.00
3	หญิง	45	18.07	-16.07	-18.06	-3.45	-20.00
4	ชาย	32	18.56	-7.84	-1.69	-11.63	-11.11
5	หญิง	30	21.01	-4.76	0.00	-6.82	-16.67
6	หญิง	43	26.81	-8.26	0.00	-15.85	-12.50
7	หญิง	30	24.46	-8.57	7.14	-7.06	-33.33
8	หญิง	52	21.50	-6.35	0.00	-10.96	0.00
9	หญิง	53	20.40	-7.06	-3.45	-16.00	-33.33
10	หญิง	43	26.23	-6.84	-12.50	-11.25	-20.00
11	หญิง	48	33.15	-6.03	-6.67	-3.61	-33.33
12	หญิง	36	38.87	-10.24	2.99	-9.80	-20.00
13	ชาย	51	26.17	0.81	4.76	-4.26	-40.00
14	หญิง	27	29.30	-7.76	-6.15	-7.69	-20.00
15	หญิง	23	24.09	-14.05	-5.97	-16.18	-33.33
16	ชาย	29	30.04	-13.49	-13.04	-4.65	-10.00
17	ชาย	34	21.01	-11.81	-2.74	-5.80	-20.00

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง			
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
18	หญิง	31	30.04	-10.00	-8.96	-5.81	-16.67
19	ชาย	22	20.57	-7.76	-5.80	-4.35	-30.00
20	หญิง	21	19.63	-8.41	-16.67	-10.47	11.11
21	ชาย	21	20.55	-5.13	-46.38	-2.50	-9.09
22	ชาย	22	20.52	-15.70	18.33	-5.33	-20.00
23	ชาย	22	20.52	-12.50	-11.86	-16.87	-20.00
24	ชาย	21	22.22	-13.39	6.25	-22.37	25.00
25	ชาย	21	20.15	-3.51	5.63	-8.45	-33.33
26	หญิง	21	19.40	1.10	-3.85	-2.90	0.00
27	หญิง	22	20.31	-10.91	0.00	-7.89	-10.00
28	หญิง	48	29.36	-13.64	-23.88	-14.47	-16.67
29	ชาย	31	23.39	-7.69	-6.02	0.00	-20.00
30	หญิง	60	23.53	-2.59	-1.49	-11.54	0.00
31	หญิง	52	23.03	-10.83	-11.11	-10.23	-20.00
32	หญิง	57	27.63	-14.41	-5.00	-19.48	-20.00
33	ชาย	22	26.73	0.83	8.47	-13.33	-20.00
34	ชาย	60	22.95	-3.33	-4.05	-9.21	-20.00
35	หญิง	30	26.56	-2.38	0.00	1.33	0.00
36	ชาย	33	29.75	-5.51	-3.61	-6.82	-16.67
37	หญิง	49	26.67	-8.26	-6.06	-5.41	-20.00
38	หญิง	48	24.80	-10.53	-4.48	-21.18	0.00
39	ชาย	38	25.88	-8.87	-4.11	-15.12	-20.00
40	หญิง	21	16.23	-10.71	7.46	-20.21	0.00
	<b>max</b>	<b>60</b>	<b>38.87</b>	<b>1.10</b>	<b>18.33</b>	<b>1.33</b>	<b>25.00</b>
	<b>min</b>	<b>21</b>	<b>15.82</b>	<b>-16.07</b>	<b>-46.38</b>	<b>-22.37</b>	<b>-40.00</b>
	<b>mean</b>	<b>36.58</b>	<b>24.05</b>	<b>-8.03</b>	<b>-4.38</b>	<b>-9.76</b>	<b>-15.50</b>
	<b>SD</b>	<b>13.49</b>	<b>4.75</b>	<b>4.51</b>	<b>10.50</b>	<b>5.88</b>	<b>13.27</b>

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดน้ำมันนวดพาสูตรผสม มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -12.35 ถึง 16.22 (ค่าเฉลี่ย  $-1.47 \pm 5.50$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -24.24 ถึง 65.38 (ค่าเฉลี่ย  $2.83 \pm 16.78$ ) ชีพจร มีค่าระหว่าง -17.24 ถึง 6.76 (ค่าเฉลี่ย  $-3.61 \pm 5.55$ ) และอัตราการหายใจ มีค่าระหว่าง -40.00 ถึง 11.11 (ค่าเฉลี่ย  $-13.49 \pm 11.33$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 สัญญาณชีพที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย ที่ใช้บริการนวดน้ำมัน ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง			
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
1	หญิง	55	15.82	1.65	-4.76	0.00	0.00
2	หญิง	59	26.06	-10.57	-14.67	-2.53	-20.00
3	หญิง	45	18.07	1.04	15.52	-10.39	-20.00
4	ชาย	32	18.56	-1.85	-2.74	-6.59	-16.67
5	หญิง	30	21.01	0.00	-1.47	0.00	-10.00
6	หญิง	43	26.81	1.67	17.24	-7.41	0.00
7	หญิง	30	24.46	-11.71	-24.24	6.76	-10.00
8	หญิง	52	21.50	-2.54	65.38	-12.33	-20.00
9	หญิง	53	20.40	-4.21	11.54	-2.60	-12.50
10	หญิง	43	26.23	1.65	-3.13	2.44	-20.00
11	หญิง	48	33.15	1.74	-1.43	-1.20	-33.33
12	หญิง	36	38.87	-7.87	7.46	-4.00	-16.67
13	ชาย	51	26.17	0.00	-3.41	-3.41	-20.00
14	หญิง	27	29.30	-0.85	1.56	0.00	-10.00
15	หญิง	23	24.09	0.00	-1.79	3.28	-20.00
16	ชาย	29	30.04	-8.06	-5.33	-5.68	0.00
17	ชาย	34	21.01	-4.24	32.73	-4.17	0.00
18	หญิง	31	30.04	-1.72	-8.96	-17.24	-18.18
19	ชาย	22	20.57	-4.24	1.67	-6.58	-20.00
20	หญิง	21	19.63	-7.79	0.00	-12.86	0.00
21	ชาย	21	20.55	1.75	20.31	2.53	11.11
22	ชาย	22	20.52	-1.87	-10.64	-3.80	-20.00
23	ชาย	22	20.52	-3.67	-9.23	-5.81	-20.00
24	ชาย	21	22.22	-5.17	-11.59	-5.80	-10.00
25	ชาย	21	20.15	3.57	1.79	4.23	-10.00
26	หญิง	21	19.40	-12.35	4.35	4.48	-11.11
27	หญิง	22	20.31	-3.57	35.85	-2.44	0.00
28	หญิง	48	29.36	0.00	36.00	-2.99	-33.33
29	ชาย	31	23.39	-5.38	0.00	4.69	-9.09
30	หญิง	60	23.53	16.22	9.23	-2.70	0.00
31	หญิง	52	23.03	4.46	-4.35	-3.49	-8.33

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	ดัชนีมวลกาย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง			
				ซิสโตลิก	ไดแอสโตลิก	ชีพจร	หายใจ
32	หญิง	57	27.63	2.94	-7.35	1.47	-20.00
33	ชาย	22	26.73	3.81	-22.22	-3.90	0.00
34	ชาย	60	22.95	4.46	-4.41	-9.21	-40.00
35	หญิง	30	26.56	-3.13	-9.09	-5.33	-25.00
36	ชาย	33	29.75	0.78	2.41	3.53	-10.00
37	หญิง	49	26.67	-3.85	7.02	-4.29	-8.33
38	หญิง	48	24.80	-8.47	-2.94	-10.39	-33.33
39	ชาย	38	25.88	0.00	-7.69	-14.81	-25.00
40	หญิง	21	16.23	8.57	4.69	-5.68	0.00
	max	60	38.87	16.22	65.38	6.76	11.11
	min	21	15.82	-12.35	-24.24	-17.24	-40.00
	mean	36.58	24.05	-1.47	2.83	-3.61	-13.49
	SD	13.49	4.75	5.50	16.78	5.55	11.33

#### 5. แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเอกสาร (Document) โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค จำแนกด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.61 – 4.62

#### ตารางที่ 4.61 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

(<http://www.attm.biz/news/326634/การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย-.html>)

จุดแข็ง : Strength	จุดอ่อน : Weakness
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว</li> <li>2. ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทย เป็นจุดแข็งที่สำคัญของประเทศ</li> <li>3. การลงทุนภาคบริการของภาคเอกชนไทยอยู่ในระดับสูง มีความหลากหลายในสินค้าและบริการท่องเที่ยว</li> <li>4. มีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเทศไทยยังมีปัญหาในเรื่องของระบบโลจิสติกส์</li> <li>2. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>3. กลไกของรัฐเพื่อจัดการการท่องเที่ยวยังอ่อนแอ ขาดเอกภาพ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน</li> <li>4. มีภาพลักษณ์ด้านลบเรื่องความปลอดภัย การเอาเปรียบ และหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ โสเภณีการค้ามนุษย์</li> </ol>

จุดแข็ง : Strength	จุดอ่อน : Weakness
<p>5. ประเทศไทยมีประสบการณ์ด้านการตลาดต่างประเทศมากกว่าประเทศกำลังพัฒนาอื่น</p> <p>6. ประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นประตูสู่ประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง</p> <p>7. จุดดึงดูดใจที่เป็นเอกลักษณ์และนวัตกรรมด้านการบริการใหม่ๆ เช่น มวยไทย สปา การให้บริการด้านสุขภาพ ความงาม เป็นต้น</p>	<p>และโรคเอดส์</p> <p>5. ขาดแคลนบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจในภาษาต่างประเทศ</p> <p>6. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น</p> <p>7. การทำธุรกรรมผ่าน e-commerce ยังไม่แพร่หลาย</p> <p>8. แหล่งท่องเที่ยวไทยยังคงกระจุกตัวอยู่ ขาดการพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่</p> <p>9. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมขาดการรวมกลุ่ม</p>
โอกาส : Opportunity	อุปสรรค : Threat
<p>1. แนวโน้ม การเติบโตของกลุ่มประเทศ BRIC ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น</p> <p>2. กระแสความนิยมท่องเที่ยวทางเลือกการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะทาง และ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น</p> <p>3. การเปิดเส้นทางเชื่อมโยงกับอนุภูมิภาค GMS IMT-GT ACMECS และ BIMSTEC เป็นต้น การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ และ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น</p> <p>4. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น และการจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศและพันธกรณีต่างๆ ทำให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน</p> <p>5. ความร่วมมือระหว่างประเทศในการเฝ้าระวัง ป้องกันควบคุมโรค การแก้ไขปัญหาสถานะโลกร้อน และการรับมือกับภัยพิบัติต่างๆ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยว</p>	<p>1. การแข่งขันและแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวโลก มีแนวโน้มสูงขึ้น</p> <p>2. ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน ไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง</p> <p>3. การกีดกันรายระหว่างประเทศ ที่ยังคงมีปัญหาลอยอยู่ในหลายภูมิภาคของโลก</p> <p>4. ภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก รวมถึงภัยจากโรคระบาด</p> <p>5. การแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ</p> <p>6. การแข่งขันระหว่างบุคลากรในอาเซียน</p>

**ตารางที่ 4.62** การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ

(<http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/images/spa29-05-55.pdf>)

จุดแข็ง : Strength	จุดอ่อน : Weakness
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเทศไทยเป็นประเทศเปิดและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักดีทั่วโลก</li> <li>2. ธุรกิจสปาและนวดไทยหลายแห่งมีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ</li> <li>3. ธุรกิจสปาเป็นบริการที่ไทยมีศักยภาพในฐานะเป็น “บริการที่ส่งออกได้” โดยเฉพาะการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ</li> <li>4. ในภาพรวม ผู้ประกอบการมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่ และทรัพยากร กอปรกับมีบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ อาทิ นวดไทย การใช้สมุนไพรไทย</li> <li>5. ผู้ให้บริการของไทยมีจุดเด่นด้านอภัยภัย และมารยาทในการให้บริการ</li> <li>6. อัตราค่าบริการสามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเทศไทยมีปัญหาการขาดแคลนบุคลากรคุณภาพสูงในบางด้าน เช่น นวดแผนไทย จึงเกิดปัญหาเรื่องการแย่งชิง/ซื้อตัวบุคลากร อยู่บ่อยครั้ง</li> <li>2. บุคลากรในสถานประกอบการของไทยมีทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่จำกัด</li> <li>3. ผู้ประกอบการไทยที่มีความพร้อมในการลงทุนขยายกิจการไปต่างประเทศมีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากยังมีปัญหาด้านเงินทุน ความจำกัดของข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจในต่างประเทศ ข้อกีดกันการลงทุนในกิจการของประเทศต่างๆ และปัญหาเรื่องใบอนุญาตสถานประกอบการ วีซ่าและใบอนุญาตทำงานของบุคลากรสปา เป็นต้น</li> <li>4. ไทยมีปัญหาสำคัญเรื่อง ภาพลักษณ์ในทางลบของการให้บริการนวดแผนไทยในประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายแอบแฝงการค้าบริการทางเพศในกิจการสปาของตน</li> <li>5. โรงเรียนสอนพนักงานสปาไม่มีเงินทุนสูงพอที่จะรับภาระค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนเป็นบริษัทจัดหางานกับกรมการจัดหางาน ซึ่งต้องวางเงินประกันในจำนวนที่สูงสำหรับการส่งพนักงาน สปาไปทำงานต่างประเทศ</li> </ol>

**ตารางที่ 4.62** การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ (ต่อ)

(<http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/images/spa29-05-55.pdf>)

โอกาส : Opportunity	อุปสรรค : Threat
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตลาด medical tourism และ tourism มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง</li> <li>2. มีโอกาสเติบโตแม้กระทั่งในช่วงที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัว</li> <li>3. ตลาดที่เกี่ยวข้อง (เช่น สปา สมุนไพร ผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ) ของไทย มีโอกาสที่จะขยายได้อีกมาก โดยจะมีผลกระทบด้านการขาดแคลนบุคลากรไม่มาก</li> <li>4. ผู้ใช้บริการชาวไทยหันมาให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพและความงามของตนมากขึ้น</li> <li>5. ธุรกิจลักษณะ Spa Consultant และสถาบันการศึกษาที่สอนนวดไทยและสปาไทย มีโอกาสในการขยายตัวรองรับลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งช่วยสร้างรายได้จากค่าเรียน และเป็นการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์สปาและนวดไทยไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น และยังเป็น การส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้อง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาภายในช่วงเวลาไม่กี่ปี อาจส่งผลกระทบต่อความคุ้มครองคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการในระยะยาว</li> <li>2. สถานะการแข่งขันระหว่างประเทศสูง ทั้งในด้านการบริการและคุณภาพ โดยประเทศคู่แข่งต่างก็มีการพัฒนา/ปรับตัวทางธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องเช่นกัน</li> <li>3. ความผันผวนของลูกค้านานาชาติซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและการเมืองโลก ทำให้ธุรกิจ medical tourism และ tourism มีความเสี่ยงต่อความผันผวนของรายได้สูง</li> <li>4. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ดังนั้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ / ปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศ โดยเฉพาะสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความเสี่ยงที่สูงกว่าในอดีต อาจส่งผลให้จำนวนผู้ให้บริการชาวต่างประเทศลดลงจากการชะลอ/ยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย</li> </ol>

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก มีวิสัยทัศน์ในการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจบริการสุขภาพของไทยเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศเพิ่มขึ้น และสร้างภาพลักษณ์ในฐานะผู้ให้บริการระดับโลก โดยดำเนินนโยบายการส่งเสริม ผลักดันธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาไทยสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเน้นจุดเด่นและเอกลักษณ์ของสปาไทยในการให้บริการแบบวิถีไทยและภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ โดยมีเป้าหมาย คือ

1. ส่งเสริมให้ชาวต่างชาติมาใช้บริการสปา/นวดไทยในประเทศ ทั้งที่มาในรูปแบบ medical tourist และที่เป็นส่วนหนึ่งของการมาท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมให้เปิดธุรกิจสปาไทย / ผสมกับสปาที่มีอยู่แล้วในต่างประเทศ โดยเฉพาะในยุโรป ตะวันออกกลาง เอเชีย สหรัฐอเมริกา และแคนาดา
3. ส่งเสริมให้ภาคเอกชนขยายธุรกิจสปาไปต่างประเทศในรูปแบบแฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการสปาในระดับสากล

4. ผลักดันให้ธุรกิจสปา เป็นช่องทางการส่งเสริมการส่งออกสินค้าสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้ในสปา/นวดไทย สินค้าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องประดับตกแต่งในสปา ฯลฯ ได้อย่างเป็นรูปธรรม

จากรายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการของประเทศ” ซึ่งมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้นำเสนอยุทธศาสตร์ในการสร้างรายได้จากการให้บริการสุขภาพ เป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยเห็นว่า รัฐบาลไทยควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ และมีบุคคลากรเพียงพอหรือสามารถผลิตเพิ่มได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะการส่งเสริมบริการด้านสปา นวดแผนไทย/นวดเพื่อบำบัดรักษา และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่างๆ เช่น สมุนไพรและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เป็นต้น

2. ส่งเสริมการลงทุนในด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้ประกอบการชาวไทยในต่างประเทศ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว กฎกติกาด้านการลงทุนในประเทศพัฒนาแล้ว จะไม่จำกัดการเข้าไปลงทุนและการถือหุ้นของคนต่างชาติ แต่จะมีกฎกติกาที่เข้มงวดในการรับคนต่างชาติเข้าไปทำงาน

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ในการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการชาวไทยในธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง กับสุขภาพในต่างประเทศ ภาครัฐจึงควรมีการผลักดันในประเด็นต่อไปนี้

1. เจรจาต่อรองให้ผู้ประกอบอาชีพบริการด้านสปาและนวดแผนไทย/นวดเพื่อบำบัดรักษา ฯลฯ ที่มีทักษะที่เป็นที่ต้องการของต่างชาติ สามารถเข้าไปประกอบอาชีพในต่างประเทศได้โดยสะดวก เพื่อที่จะส่งเสริมการแผ่ขยายของธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของไทยในต่างแดน โดยอาจมีการรับรองมาตรฐานวิชาชีพพร้อมกัน (Mutual Recognition)

2. จัดทำมาตรฐานวิชาชีพของวิชาชีพที่ต้องการจะส่งออก ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยอาจดำเนินการร่วมกันระหว่างกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกระทรวงสาธารณสุข

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธ์บำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ศึกษาประสิทธิภาพของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธ์บำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน สรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### วัตถุประสงค์ ข้อ 1 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการประเมินตนเองด้านความพร้อมของผู้ประกอบกิจกรรม สปา/นวดเพื่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และ ด้านบริหารจัดการ ตามลำดับ ผู้ประกอบกิจกรรม สปา/นวดเพื่อสุขภาพ ไม่พร้อมในด้านการบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ เมื่อพิจารณาทางด้านแล้วพบว่า

**1. ด้านการบริการ** เป็นด้านที่ผู้ประกอบการยังไม่พร้อมในการก้าวเข้าสู่การแข่งขันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผู้ประกอบการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพมีความพร้อมในการให้บริการนวด (Massage Therapy): Swedish, Aroma, Thai, Lymph drainage, Foot massage, Foot reflexology, Facial, Head massage, Baliness massage, Indo massage, Stone massage, Deep tissue, Muscle Tension, Asian Fusion, 4 hands มากที่สุด รองลงมาคือมีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละบริการ (One services standard in each treatment) และการจัดให้บริการด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูล สิ่งที่ผู้ประกอบการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพ ต้องจัดเตรียมความพร้อมและพัฒนามากที่สุดคือ การบริการอื่นๆ ที่เป็นบริการสุขภาพ (Any other health services): Nail Treatment, Hair Treatment, Spa Cuisine class, Hand&Foot Treatment, Beauty Treatment รองลงมาคือ การให้บริการการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ (Water Treatment): Bath, Hydrotherapy, Shower, Chill Shower, Chill Pug Pool, Vichy Shower, Scotch Host, Steam, Sauna, Jacuzzi และ การบริการการออกกำลังกาย (Exercise services): Gym-Fitness, Yoga, Qi Qong, Balls, Pilates, Boxing, RusriDadton, Water aerobic, Jogging, Tai chi, Sports, Water sports, Stretching

**2. ด้านบุคลากร** ผู้ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพมีความพร้อมในด้าน สามารถจัดสภาพและดูแลสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าทุกคนเกิดความประทับใจมากที่สุด รองลงมาคือ การเป็นผู้มีการให้บริการลูกค้าที่สุภาพอ่อนน้อม สนใจและเอาใจใส่ และพนักงานต้อนรับ สามารถให้การต้อนรับและบริการลูกค้าทุกเรื่องทุกคนด้วยกิริยาที่สุภาพอ่อนน้อม และประทับใจ สิ่งที่อยู่ประกอบ กิจกรรม สปา/นวดเพื่อสุขภาพ ต้องจัดเตรียมความพร้อมและพัฒนามากที่สุดคือ ความสามารถในการทำการตลาดบริการสปาทั้งในประเทศและต่างประเทศ รองลงมาคือ พนักงานต้อนรับ ต้องเป็นผู้ ที่จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

**3. ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์** เป็นด้านที่ผู้ประกอบการยังไม่พร้อมในการ ก้าวเข้าสู่การแข่งขันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผู้ประกอบการ สปา/นวดเพื่อ สุขภาพมีความพร้อมในการดูแล รักษาความสะอาดในส่วนของเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้องสม่ำเสมอตามมาตรฐาน และให้อยู่ในสภาพปลอดภัย พร้อมใช้งาน มีผู้มีความรู้ดูแลและ ให้ข้อมูลทีมงานในการเก็บและนำไปใช้มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่าย ได้ มาตรฐานตามเกณฑ์การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือกฎหมายกำหนด หรือ ระบุแหล่งผลิตที่ชัดเจน และ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายไม่มีการโฆษณาคุณภาพเป็นเท็จหรือเกิน ความเป็นจริงอันอาจทำให้หลงเชื่อหรือสำคัญผิดในคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สิ่งที่อยู่ประกอบ กิจกรรม สปา/นวดเพื่อสุขภาพ ต้องจัดเตรียมความพร้อมและพัฒนามากที่สุดคือ เครื่องมือหรือ อุปกรณ์พิเศษ เช่น ชาวน่า สระวายน้ำ เครื่องออกกำลังกาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้ จำหน่ายโดยสถานประกอบการสปาเป็นผู้ผลิตต้องมีกระบวนการควบคุมคุณภาพและการผลิตและ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้ และถ้านำเข้าจากต่างประเทศมีการให้ข้อมูล ผลิตภัณฑ์ และมีเอกสารที่รับรองจากต่างประเทศ และมีการสอบเทียบเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ใช้ อย่างสม่ำเสมอ

**4. ด้านบริหารจัดการ** ผู้ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพมีความพร้อมในการ จัดแบ่งภาระหน้าที่พนักงานที่ชัดเจนตามตำแหน่งมากที่สุด รองลงมาคือ มีระบบการฝึกอบรมที่ได้ มาตรฐาน และมีจริยธรรมจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ สิ่งที่อยู่ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อ สุขภาพ ต้องจัดเตรียมความพร้อมและพัฒนามากที่สุดคือ การมีสายงานการบังคับบัญชาที่ชัดเจน รองลงมาคือ การกำหนดเป้าหมายการตลาดชัดเจน

**5. ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม** ผู้ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพมีความ พร้อมในการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสม เพียงพอตามจุดที่ให้บริการ มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดให้ สามารถเข้าถึงจุดต่างๆของการให้บริการอย่างสะดวก และมีสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่แออัด และ ปราศจากมลภาวะต่างๆสิ่งที่อยู่ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพ ต้องจัดเตรียมความพร้อมและ พัฒนามากที่สุดคือ การจัดให้มีสถานที่ทำสมาธิ รองลงมาคือ การจัดห้องอาหารเพื่อสุขภาพ และมี การบริการเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และควรจัดให้มีมุมอ่านหนังสือ

วัตถุประสงค์ ข้อ 2 เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและ อุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## 1. ผลการวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาส และจุดอ่อนและภาวะคุกคามของธุรกิจสปา ในจังหวัดชลบุรี

**จุดแข็งและจุดอ่อน** ของธุรกิจสปาที่สำคัญ ประกอบด้วย

**ด้านผลิตภัณฑ์** จุดแข็งคือ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ทำจากวัตถุดิบตามธรรมชาติ ที่มีคุณภาพสูง มีการให้บริการหลากหลายและให้บริการอย่างมีคุณภาพ จุดอ่อน คือ มีร้านสปาเปิดใหม่จำนวนมากและตัดราคากัน

**ด้านราคา** จุดแข็ง คือ ราคาไม่สูงและมีคุณภาพดี ส่วนจุดอ่อน คือ บางร้านตั้งราคาสูงกว่าร้านอื่นๆ

**ด้านการจัดจำหน่าย** จุดแข็ง คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนและสร้างบรรยากาศในร้านให้มีความเป็นธรรมชาติมาก จุดอ่อน คือ บางร้านอยู่ในโรงแรม / รีสอร์ท ทำให้ไม่มีลูกค้าชาว

**ด้านบุคคล** จุดแข็งคือ พนักงานมีประสบการณ์และมีฝีมือดี และพนักงานนวดผ่านการฝึกอบรมและผ่านการทดสอบฝีมือแล้ว จุดอ่อนคือ พนักงานยังขาดประสบการณ์และมีจำนวนไม่เพียงพอ

**โอกาสและภาวะคุกคาม** ในช่วงเศรษฐกิจดีหรือ High Season ลูกค้าจะมีมากในทางตรงกันข้าม ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี หรือช่วง Low Season หรือในช่วงปิดภาคเรียน ลูกค้าจะลดลง

## 2. ผลการวิเคราะห์วิธีการบริหารจัดการที่ธุรกิจสปาใช้

ธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรีมีวิธีการบริหารจัดการโดยเน้นในเรื่องคน คือ การฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการทำสปา เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าได้ รวมถึงจัดฝึกอบรมมารยาทพนักงานให้ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า และคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์และชำนาญมาทำงาน ในเรื่องวัสดุจะเลือกและใช้สมุนไพรแท้ที่มีคุณภาพสูงมาใช้ ในเรื่องเงินจะใช้ลงทุนในการประชาสัมพันธ์บริการของร้านในทุกรูปแบบ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า ส่วนในเรื่องการจัดการ จะเน้นที่การให้พนักงานให้บริการตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดให้มีคอร์สบริการหลากหลายโดยให้พนักงานแนะนำและจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานอย่างเป็นธรรมคือได้เงินเดือนและส่วนแบ่งพิเศษ

## 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการทางการตลาดและ/หรือ โฆษณาที่ธุรกิจสปา นำมาใช้และลักษณะของการใช้

วิธีการทางการตลาดและ/หรือโฆษณาที่ใช้ส่วนใหญ่ เป็นการใช้อินเตอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ ควบคู่กันไปมีเพียงบางแห่งที่ใช้เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง ในกรณีของอินเตอร์เน็ตจะโฆษณาทาง website ซึ่งเป็นของร้านเอง และบางส่วนรวมอยู่ใน website ของโรงแรม/รีสอร์ท รวมถึง การใช้เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม webboard และ Youtube ส่วนสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้มากคือ ป้ายโฆษณาบริเวณหน้าร้าน แจกแผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ตามแหล่งชุมชน

## 4. ผลการวิเคราะห์วิธีการส่งเสริมการขายของธุรกิจสปา

วิธีการส่งเสริมการขายที่ธุรกิจสปาใช้คือการจัดทำระบบสมาชิกและให้สิทธิพิเศษโดยการลดราคาให้แก่สมาชิก การลดราคาคอร์สบริการ ใช้คูปองสะสมแต้ม การลดราคาสำหรับคอร์สที่เป็น Package จัดโปรโมชั่นในเทศกาลต่างๆ ชื้อ 1 คอร์สแถม 1 คอร์ส จัดให้มีคอร์สใหม่ๆ อยู่เสมอและมี Promotion จัดคอร์สรวมกับ Package ห้างพัก ลดราคาสำหรับคอร์สยอดนิยมหรือคอร์สที่มีคนมาใช้บริการน้อย

## 5. ผลการวิเคราะห์วิธีการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจสปา

วิธีการประชาสัมพันธ์ที่ธุรกิจสปาใช้ คือ สื่อทาง website / Facebook / Webboard / Youtube ป้ายหน้าร้าน แผ่นพับ การบอกต่อลูกค้า แผ่นปลิว และอื่นๆ

### วัตถุประสงค์ ข้อ 3 เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

งานวิจัยส่วนนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคาดหวังและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้าน สปาเพื่อสุขภาพและความงาม เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปา กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีอายุ 25 - 29 ปี (ร้อยละ 22.51) รองลงมา คือ มากกว่า 44 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 21.77) ส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.61) และปริญญาโท (ร้อยละ 38.03) รองลงมา คือ อนุปริญญา (ร้อยละ 21.40) ส่วนใหญ่ มีสถานภาพทางครอบครัว สมรสมีบุตร (ร้อยละ 45.76) รองลงมา คือ สมรสไม่มีบุตร (ร้อยละ 27.31) ส่วนใหญ่ มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 31.00) รองลงมา คือ รับราชการ (ร้อยละ 28.78) ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 38.01) รองลงมา คือ 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 35.79) ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 71 คน ส่วนใหญ่ สถานที่พักอาศัยในปัจจุบัน อยู่ในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 62.04) รองลงมา คือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 7.05) จังหวัดที่ใช้บริการร้านสปา อยู่ในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 66.27) รองลงมา คือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 9.87)

ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือ ราคาที่เหมาะสม รองลงมา คือ ความมีมาตรฐานของศูนย์ให้บริการ โปรแกรมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ คือ สปา (ร้อยละ 41.94) รองลงมา คือ ฟิตเนส (ร้อยละ 21.94) โปรแกรมสุขภาพที่มีความสนใจที่จะเลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ โปรแกรมลดน้ำหนัก (ร้อยละ 28.43) รองลงมา คือ โยคะร้อน (ร้อยละ 18.21) ช่องทางค้นหาข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการใช้งาน) ส่วนใหญ่ คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมา คือ โทรศัพท์ ผู้มีอิทธิพลกับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสปา ส่วนใหญ่ คือ ตนเอง (ร้อยละ 72.32) รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว/คนใกล้ชิด (ร้อยละ 18.08) กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ คือ ส่วนใหญ่ไปใช้เป็นกลุ่มเล็ก 2-3 คน (ร้อยละ 50.18) รองลงมา คือ ใช้บริการคนเดียว (ร้อยละ 47.23) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 69.00) รองลงมา คือ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) (ร้อยละ 19.93) โดยมีความถี่ในการใช้บริการ ได้แก่ ส่วนใหญ่ ความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 66.79) รองลงมา คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 15.13) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการสปา โดยเป็น Day spa (ร้อยละ 59.78) รองลงมา คือ Hotel and Resort Spa (ร้อยละ 18.82) รูปแบบการนวดในสปาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ คือ นวดไทย (ร้อยละ 65.68) รองลงมา คือ นวดเท้า (ร้อยละ 22.88) และรูปแบบการนวดในสปาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นประจำ (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการใช้งาน) คือ นวดตัว (นวดไทย นวดน้ำมัน หอมระเหย นวดสมุนไพร และลูกประคบ) รองลงมา คือ อบสมุนไพรและอบไอน้ำ ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อผิวพรรณที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการใช้งาน)ส่วนใหญ่ คือ สมุนไพรสด

รองลงมา คือ น้ำมันหอมระเหย และ สารสกัดสมุนไพร รูปแบบของการตกแต่งสปาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการ คือ แบบ Natural (ร้อยละ 37.27) รองลงมา คือ แบบ Modern (ร้อยละ 28.78) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์สปาของกลุ่มตัวอย่าง (เรียงตามลำดับตามความถี่ในการทำงาน) ส่วนใหญ่ คือ ความมีมาตรฐาน รองลงมา คือ ประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในแต่ละครั้ง จำนวน 500-1,000 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 64.21) รองลงมา คือ น้อยกว่า 500 บาท (ร้อยละ 19.93) กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในโปรโมชั่นที่ผู้ให้บริการสปา ได้แก่ ลดราคา (ร้อยละ 47.23) รองลงมา คือ ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ (ร้อยละ 21.03)

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่าง (เรียงตามลำดับตามความสำคัญ) ส่วนใหญ่ใช้ในการเข้าถึงบริการ คือ สื่อมีเดีย Website รองลงมา คือ สื่อมีเดีย Facebook ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอบนเว็บไซต์เพื่อการตัดสินใจใช้บริการ ส่วนใหญ่คือ โปรโมชั่น (ร้อยละ 24.63) รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ (ร้อยละ 18.91) ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับร้านสปาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจจะใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ มีเบอร์โทรศัพท์ให้สอบถาม (ร้อยละ 87.45) รองลงมา คือ สามารถสอบถามผ่าน email (ร้อยละ 4.06) ความถี่ของการใช้ช่องทางบนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านสปา ส่วนใหญ่ คือ ใช้บ่อย (1-2 ครั้ง) (ร้อยละ 39.11) รองลงมา คือ ไม่เคยใช้ (ร้อยละ 37.64) ความถี่ในการซื้อดีลราคาพิเศษจากร้านสปาบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่ คือ ไม่เคยใช้ (ร้อยละ 80.44) รองลงมา คือ ใช้บ่อย (1-2 ครั้ง) (ร้อยละ 12.18) รีวิวของบิวตี้บล็อกเกอร์ หรือคนที่มีชื่อเสียงที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านสปาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ (ร้อยละ 72.69) รองลงมา คือ มีผลน้อย (1-2 ครั้ง) (ร้อยละ 20.66) การนำเทคโนโลยีต่างๆมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีผล (ร้อยละ 30.63) รองลงมา คือ มีผลเป็นอย่างมาก (ร้อยละ 27.31)

#### วัตถุประสงค์ ข้อ 4 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธ์บำบัดและสปา ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยส่วนนี้ เป็นการวิจัยโดยการกึ่งทดลอง (Experiment) โดยใช้รูปแบบ Controlled trial cross-over study ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย แบบ multicenter study

กลุ่มที่หนึ่ง ทำการคัดเลือกแบบสุ่ม จำนวน 29 คน ดำเนินการระหว่างวันที่ 8 - 29 มีนาคม พ.ศ. 2557 ณ สถานประกอบการ สปาเพื่อสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 29 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.96) อายุระหว่าง 18 - 82 ปี (ค่าเฉลี่ย  $50.48 \pm 16.69$ ) ส่วนสูงระหว่าง 150 - 182 เซนติเมตร (ค่าเฉลี่ย  $162.38 \pm 8.04$ ) น้ำหนักระหว่าง 47 - 90 กิโลกรัม (ค่าเฉลี่ย  $66.45 \pm 12.23$ ) ดัชนีมวลกายระหว่าง 19.07 - 32.47 กิโลกรัมต่อตารางเมตร (ค่าเฉลี่ย  $25.12 \pm 3.78$ ) กลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ได้รับบริการนวดตามมาตรฐานของสถานประกอบการ มีรูปแบบการนวด ได้แก่ 1) นวดไทย 2) นวดอโรมา ด้วยน้ำมันตะไคร้ 3) นวดน้ำมัน ด้วยน้ำมันเมล็ดอัลมอนต์ โดยตรวจวัดค่าสัญญาณชีพ ได้แก่ ความดันโลหิตซิสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) และชีพจร (ครั้งต่อนาที) ก่อนและหลังการนวด เป็นเวลา 10 นาที

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดไทย มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -20.33 ถึง 38.54 (ค่าเฉลี่ย  $3.40 \pm 14.07$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -63.74 ถึง -3.06 (ค่าเฉลี่ย  $-40.92 \pm 10.93$ ) และชีพจร มีค่าระหว่าง -21.33 ถึง 27.42 (ค่าเฉลี่ย  $0.07 \pm 10.37$ ) กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดอโรมา มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -31.62 ถึง 34.26 (ค่าเฉลี่ย  $1.66 \pm 13.64$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -54.89 ถึง -3.23 (ค่าเฉลี่ย  $-40.48 \pm 10.13$ ) และชีพจร มีค่าระหว่าง -20.22 ถึง 21.88 (ค่าเฉลี่ย  $-0.47 \pm 10.38$ ) กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดน้ำมัน มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -13.79 ถึง 17.65 (ค่าเฉลี่ย  $1.00 \pm 7.47$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -57.26 ถึง -23.48 (ค่าเฉลี่ย  $-41.21 \pm 7.37$ ) และชีพจร มีค่าระหว่าง -17.98 ถึง 53.25 (ค่าเฉลี่ย  $1.67 \pm 13.05$ )

การวิจัยกลุ่มที่สอง ทำการคัดเลือกแบบสุ่ม จำนวน 40 ราย ดำเนินการระหว่างวันที่ 24 มีนาคม - 1 เมษายน พ.ศ. 2557 ณ สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 40 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.50) อายุระหว่าง 21 - 60 ปี (ค่าเฉลี่ย  $36.58 \pm 13.49$ ) ส่วนสูงระหว่าง 150 - 180 เซนติเมตร (ค่าเฉลี่ย  $163.85 \pm 8.08$ ) น้ำหนักระหว่าง 39 - 102 กิโลกรัม (ค่าเฉลี่ย  $64.64 \pm 13.66$ ) ดัชนีมวลกายระหว่าง 15.82 - 38.87 กิโลกรัมต่อตารางเมตร (ค่าเฉลี่ย  $24.05 \pm 4.75$ ) กลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ได้รับบริการนวดตามมาตรฐานของสถานประกอบการ มีรูปแบบการนวด ได้แก่ 1) นวดอโรมา ด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม 2) นวดน้ำมัน ด้วยน้ำมันนำพาสูตรผสม โดยตรวจวัดค่าสัญญาณชีพ ได้แก่ ความดันโลหิตซิสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก (มิลลิเมตรปรอท) ชีพจร (ครั้งต่อนาที) และ อัตราการหายใจ (ครั้งต่อนาที) ก่อนและหลังการนวด เป็นเวลา 10 นาที

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดอโรมาด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -16.07 ถึง 1.10 (ค่าเฉลี่ย  $-8.03 \pm 4.51$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -46.38 ถึง 18.33 (ค่าเฉลี่ย  $-4.38 \pm 10.50$ ) ชีพจร มีค่าระหว่าง -22.37 ถึง 1.33 (ค่าเฉลี่ย  $-9.76 \pm 5.88$ ) และอัตราการหายใจ มีค่าระหว่าง -40.00 ถึง 25.00 (ค่าเฉลี่ย  $-15.50 \pm 13.27$ ) กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับบริการนวดน้ำมันนำพาสูตรผสม มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าระหว่าง -12.35 ถึง 16.22 (ค่าเฉลี่ย  $-1.47 \pm 5.50$ ) ความดันโลหิตไดแอสโตลิก มีค่าระหว่าง -24.24 ถึง 65.38 (ค่าเฉลี่ย  $2.83 \pm 16.78$ ) ชีพจร มีค่าระหว่าง -17.24 ถึง 6.76 (ค่าเฉลี่ย  $-3.61 \pm 5.55$ ) และอัตราการหายใจ มีค่าระหว่าง -40.00 ถึง 11.11 (ค่าเฉลี่ย  $-13.49 \pm 11.33$ )

### วัตถุประสงค์ ข้อ 5 เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน

จากผลการศึกษารายงานเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม สามารถสรุปแนวทางการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในเชิงธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยแต่ละด้านได้ดังนี้

**1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการให้มีความหลากหลาย เช่น นวดน้ำมันสมุนไพร นวดแผนไทย นวดฝ่าเท้า อบไอน้ำสมุนไพร ควรมีการบริการแบบครบวงจร เนื่องจากผู้ใช้บริการมีความต้องการหลายรูปแบบ เพื่อต้องการความสบาย มีสุขภาพดี ตลอดจนต้องการความสวยงาม ในการทำสปาที่ร่างกาย ซึ่งเป็นที่นิยมและเป็นธรรมชาติในการดูแลสุขภาพร่างกาย

**2. ด้านราคา** ผู้ประกอบการควรปรับอัตราค่าบริการให้มีความเหมาะสมกับการบริการ อัตราค่าบริการควรจัดในหลายรูปแบบ เช่น บริการเพียงอย่างเดียวหนึ่งก็เป็นราคาต่อชั่วโมง หรือต่อครั้ง บริการแบบครบวงจรก็จัดให้มีส่วนลดในภาพรวม เพราะมีการบริการหลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ อัตราค่าบริการควรจัดให้กับลูกค้าประจำในราคาสมาชิก ส่วนการชำระค่าบริการควรให้มีการชำระโดยบัตรเครดิตแทนเงินสดได้

**3. ด้านสถานที่ใช้บริการ** ผู้ประกอบการควรตระหนักในระบบการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ ดูแลบริเวณสถานที่ให้สะอาดและสวยงามดูร่มรื่น หรือมีแหล่งตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง มีที่จอดรถสะดวก สถานที่ ควรจัดเป็นสัดส่วนให้มีความสวยงาม ตลอดจนสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ

**4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ประกอบการควรมีการติดป้ายบอกเส้นทางให้ชัดเจน หรือให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ตได้ เปิด-ปิดสถานบริการในเวลาที่เหมาะสม ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการ ในวันเสาร์-อาทิตย์ ดังนั้นควรเพิ่มเวลาเปิด-ปิด ในวันหยุดให้มากกว่าเดิม และสามารถติดต่อผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้เพื่อความสะดวกในการติดต่อนัดหมายใช้บริการ

**5. ด้านบุคลากร** ผู้ประกอบการควรพัฒนาพนักงานให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พัฒนาบุคลิกภาพ กริยามารยาทของพนักงาน ให้มีใจรักงานบริการที่ดี แต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม กระตือรือร้นในการให้บริการ ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และความชำนาญ ให้มีมาตรฐานในการประกอบอาชีพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ

**6. ด้านส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาทางสื่อหลากหลาย เช่น เอกสาร วิทยุ สิ่งพิมพ์ ทางเว็บไซต์ มีเอกสารคู่มือแนะนำเกี่ยวกับบริการสปา มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาในการบริการ หรือจำนวนครั้งในการบริการ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีการลดราคาบางโอกาสและช่วงเทศกาล

**7. ด้านกระบวนการ** ผู้ประกอบการควรมีการบริการเสริมต่าง ๆ เช่น มีเครื่องดื่มไว้บริการ ลูกค้าการให้บริการสปา มีคุณภาพครบตามขั้นตอน ตรงต่อเวลาในการให้บริการ ความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการ มีการประชาสัมพันธ์ และสามารถติดต่อได้ทางเว็บไซต์ รวมทั้งให้มีการสื่อสารติดต่อถึงลูกค้าประจำเมื่อมีโปรโมชั่นพิเศษ

**8. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** ผู้ประกอบการควรมีการดูแลความสะอาดและการบริการอย่างถูกสุขลักษณะ มีความสะอาดของห้องน้ำและห้องอาบน้ำ มีสถานที่นั่งรอหรือพักผ่อนได้ตามอัธยาศัย การตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป หรือแบบบาห์ลี ฯลฯ อาจจะตกแต่งให้แตกต่างกันในแต่ละสถานประกอบการ เพื่อเป็นการดึงดูดใจกับลูกค้า ผู้ใช้บริการ ระหว่างที่ลูกค้าหรือผู้ที่มารับ-ส่งลูกค้านั่งรออยู่นั้น ควรจัดให้มีความสะดวกสบาย โดยมีมุมที่ลูกค้าต้องการใช้เป็นที่ส่วนตัวได้ เช่น นั่งดูทีวี ดื่มน้ำชา กาแฟ และมีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้ลูกค้า

ได้ใช้บริการ ซึ่งปัจจุบันสถานบริการต้องพัฒนาในรูปแบบของการบริการให้ทันสมัย ตรงกับความ ต้องการของลูกค้า และที่สำคัญที่สุดให้รักษาชื่อเสียงในการบริการที่มีคุณภาพไว้อย่างสม่ำเสมอ

## อภิปรายผล

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยและสปา สอดคล้องกับ ไพโรจน์ สมศรี (2553) ได้เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผล การศึกษา พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพการสมรส คือ มี ครอบครัว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 20,000-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุตา ชัยชนะ (2546) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจ ของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 100 ราย ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงในอัตราส่วนที่ ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน/ห้างร้าน รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และไม่ได้เป็นสมาชิกสปา เสียค่าใช้จ่ายในการบริการสปาต่อครั้ง ประมาณ 501-1,000 บาท และส่วนใหญ่ไปใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจาก มากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และ ด้านราคา ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวและผู้อาศัยในท้องถิ่นที่มาใช้บริการส ปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เป็นผู้บริโภคที่ เข้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นที่ผู้บริโภคจะต้อง เลือกใช้บริการสถานประกอบการธุรกิจสปา ที่มีการดูแลความสะอาดและการบริการอย่างถูก สุขลักษณะ สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับการพักผ่อนเพื่อการผ่อนคลายความเครียดได้ตาม อธิษาศัย ซึ่งผู้ประกอบการควรตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป หรือแบบบาหลิ ฯลฯ สรรหาอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ น้ำดื่ม เครื่องใช้อินเทอร์เน็ตมีความมิดชิดเป็นส่วนตัว มีความปลอดภัยของระบบห้องใช้ บริการ และควรรักษามาตรฐานความมีชื่อเสียงได้รับความเชื่อถือในด้านการบริการไว้ ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ โสมนัสสา โสมนัส (2549) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของ นักท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยที่มีผลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยมีความเห็นที่ต่างกัน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิ ปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ (100%) 2) ด้านบริการ ได้แก่ การ มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่มีการบริการเสริมต่าง ๆ เช่น มีบริการเสริมสวย มีความ หลากหลายของบริการ 3) ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนพนักงานมีทักษะในการสื่อสาร 4) ด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

5) ด้านสถานที่ การมีสถานที่จอดรถสะดวกเพียงพอและปลอดภัย มีการตกแต่งสถานที่อย่าง สวยงาม สงบเงียบเป็นธรรมชาติ 6) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ส่วนผลการศึกษาด้านความพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพ การนวดของหมอนวดมากที่สุด รองลงมา คือ มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุดรองลงมา คือ การต้อนรับของผู้ให้บริการ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทยด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2551) ได้ทำการศึกษาคำพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพโร จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการพอกผิวหน้า ผิวกายด้วยโคลนสมุนไพโร บริการขัดผิว และบริการนวดแผนไทย 2) ด้าน คือ อัตราค่าบริการพอกผิวหน้า ผิวกายด้วยโคลนสมุนไพโร 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เวลาในการเปิด-ปิดสถานบริการ 08.00-19.00 น. 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ สามารถโทรศัพท์เพื่อติดต่อสอบถามเกี่ยวกับบริการได้ 5) ด้านบุคลากร คือ พนักงานมีการพูดจาดี มีมารยาทดี 6) ด้านสถานที่ คือ ความสะอาดของบริเวณสถานที่ 7) ด้านกระบวนการ คือ ความตรงต่อเวลา

นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาวิ ปฏิภากร และ ฤกษ์มณี จันทร์สม (2554) ได้ทำการศึกษาคำตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการสปาที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อความคาดหวังในการใช้บริการสปาในด้าน 7Ps ที่อาจแตกต่างกันในบางประเด็น ในกรณีที่มีเพศแตกต่างกันนั้น ส่งผลให้ความคาดหวังในการใช้บริการสปาในด้าน 7Ps แตกต่างกันทุกประเด็น เนื่องจากเพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังในการใช้บริการที่แตกต่างกัน สำหรับในกรณีที่มีอายุที่ต่างกัน พบว่ามีความแตกต่างกันในบางประเด็นเท่านั้น ได้แก่ด้านสถานที่และด้านบุคคล เมื่อคำนึงถึงในเรื่องของระดับการศึกษากับการคาดหวังในการใช้บริการสปาในด้าน 7Ps พบว่าจะมีความคาดหวังที่ต่างกันเกือบทุกด้านยกเว้นด้านราคา เนื่องจากผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะมีความคาดหวังที่สูงขึ้นตามไปด้วย และหากพิจารณาถึงด้านของรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความต้องการในการใช้สปาที่แตกต่างกันทุกประเด็น ผู้ที่มีรายได้สูงอาจจะไม่สนใจเรื่องของการส่งเสริมการขาย เพียงแค่ต้องการการบริการที่ดีมีมาตรฐาน แต่ผู้ที่มีรายได้น้อยจะสนใจในเรื่องของการส่งเสริมการขาย และส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้บริการสปาในช่วงที่มีโปรโมชั่นลดราคา จากการศึกษาในด้านของความคาดหวังในด้าน 7 Ps กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ ในเรื่องของแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการปรึกษาเพื่อทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปานั้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps มีอยู่ 3 ด้านด้วยกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านกายภาพ ซึ่งจะส่งผลในทางบวกกล่าวคือหากมีการกระตุ้นผู้บริโภคด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดี ประกอบกับการมีสภาพแวดล้อมในการอำนวยความสะดวกที่ดี จะส่งผลให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น ในขณะที่ตัวแปรอีกหนึ่งด้าน คือด้านการส่งเสริมการตลาด จะมีผลทางลบกับการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากพบว่า บุคคลที่อยู่

ในวัยกลางคนขึ้นไปไม่ได้ให้ความสนใจกับการส่งเสริมการตลาดมากเท่าที่ควร แต่ต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีเพื่อใช้ประกอบเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการปรึกษาเพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

ในการศึกษาประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ อาสาสมัครได้รับการนวด 3 รูปแบบ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง เป็นเวลา 3 สัปดาห์ พบว่า กลุ่มทดลองส่วนใหญ่ มีความดันเลือดที่เกิดจากการบีบตัว (ความดันไดแอสโตลิก) ลดลงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างชัดเจน แต่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความดันเลือดที่เกิดจากการคลายตัว (ความดันซิสโตลิก) และอัตราการเต้นของชีพจร มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาก่อนหน้านี้ พบความสอดคล้องและไม่สอดคล้องกัน โดยมีรายงานว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับน้ำมันหอมระเหย มีความรู้สึกหดหู่ลดลง และผ่อนคลายมากขึ้น (Milot, 2001; Field, 2005) นอกจากนี้ น้ำมันหอมระเหย ยังช่วยลดความวิตกกังวลอีกด้วย รายงานในหญิงสาวและหญิงวัยกลางคน พบว่า สุขณธบำบัด อาจจะมีผลต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ช่วยให้อาสาสมัครสามารถดูแลตนเอง โดยมีค่าความดันโลหิตซิสโตลิกที่แตกต่างกัน (Kang, 2002; Lee, 2002) การศึกษาอื่น พบว่า น้ำมันหอมระเหย ช่วยลดอัตราการเต้นของชีพจร และอัตราการหายใจ ในคนสุขภาพปกติ แม้ว่าจะไม่มีความดันโลหิต (Oh, 2000) รายงานอื่น พบว่า น้ำมันหอมระเหย มีผลต่อความดันซิสโตลิก แต่ไม่มีความดันไดแอสโตลิก อัตราการเต้นของชีพจร และอัตราการหายใจ ในผู้หญิงที่มีสุขภาพดี ในขณะที่บางรายงาน พบว่า ความดันซิสโตลิก ความดันไดแอสโตลิก และ อัตราการเต้นของชีพจร มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ระหว่างกลุ่มทดลองด้วยน้ำมันหอมระเหย และกลุ่มควบคุม ก่อนผู้ป่วยที่ได้รับการผ่าตัด (Yi, 2002) โดยผลลัพธ์ที่แตกต่างกันและการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา อาจเนื่องมาจากประเภทของกลิ่น รูปแบบการนวด และระยะเวลาการใช้งาน

ในการศึกษาครั้งนี้ แม้ว่าความดันโลหิตและอัตราการเต้นของชีพจร ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาดังกล่าว สัญญาณชีพของอาสาสมัครมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเริ่มต้น สอดคล้องกับการศึกษาล่าสุดในประเทศเกาหลี ซีให้เห็นว่า การนวดน้ำมันหอมระเหย อาจลดระดับความวิตกกังวล และปรับเปลี่ยนความนับถือตนเองในผู้หญิงสูงอายุ (Rho, 2006) นอกจากนี้ รายงานล่าสุด (Sayowan, 2012) มีการตรวจสอบผลกระทบของการสูดดมน้ำมันตะไคร้ ต่ออารมณ์และตัวชี้วัดทางสรีรวิทยาของระบบประสาท ในอาสาสมัครสุขภาพดี จากนั้นได้รับการบันทึก อุณหภูมิร่างกาย อัตราการเต้นหัวใจ อัตราการหายใจ ความดันโลหิต และได้รับการประเมินภาวะอารมณ์ เช่นเดียวกับ การตรวจคลื่นไฟฟ้าสมอง การบันทึกข้อมูล ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการสูดดมน้ำมันตะไคร้ ผลลัพธ์ที่ได้เมื่อเทียบกับกลุ่มควบคุม แล้ววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแบบ t-test ผลการวิจัยพบว่า น้ำมันตะไคร้ อาจจะมีผลโดดเด่นแบบ "ประสาน" ได้อย่างมีนัยสำคัญ มีรายงานการลดลงของความดันโลหิต อัตราการเต้นของหัวใจ และอัตราการหายใจ หลังจากสูดดม จิตใจและอารมณ์ที่ดี ความรู้สึกสดชื่นมากขึ้น นอกจากนี้พลังกิจกรรมของสมอง ทั้งอัลฟาและเบต้า ยังเพิ่มขึ้นด้วย ผลลัพธ์เหล่านี้ ได้รับการยืนยันแล้วว่า เป็นผลกระทบจากการกระตุ้นและการผ่อนคลายของน้ำมันตะไคร้พร้อมกัน การศึกษาส่วนประกอบทางเคมี ได้แสดงให้เห็นว่า สารประกอบกลุ่ม monoterpenes และอนุพันธ์ แสดงฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาหลายประการ เช่น ระบุอาการปวด และกล่อมประสาท เป็นต้น (de Sousa, 2006) การศึกษาก่อนหน้านี้ พบว่า หนูที่ได้รับการรักษา ด้วยสาร citronellal แสดงการปรับเปลี่ยนของพฤติกรรม และ

การลดลงของกิจกรรมตามธรรมชาติ (Melo, 2010) นอกจากนี้ พบผลกระทบต่อหลอดเลือด จากสาร geraniol และองค์ประกอบหลักอื่นๆของน้ำมันตะไคร้ โดยสาร geraniol สามารถที่จะลดการตอบสนองต่อการหดตัวของ noradrenalin ที่ผนังของหลอดเลือดและหัวใจ นำไปสู่การผ่อนคลายของเส้นเลือดใหญ่ต่อไป ส่งผลให้ความดันโลหิตและอัตราการเต้นหัวใจที่ต่ำลง (Azarmi, 2009) แต่ก็เป็นที่ยอมรับว่า การศึกษาเบื้องต้นเหล่านั้น มีข้อจำกัดหลายประการ เช่น กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ขาดกลุ่มควบคุมที่ได้รับยาหลอกเปรียบเทียบ การประเมินผลกระทบที่คาดหวัง ข้อมูลวิจัยดังกล่าว ยังไม่สามารถยืนยันได้อย่างสมบูรณ์ ว่าเป็นผลในเชิงบวก เนื่องจากน้ำมันหอมระเหย การนวด หรือทั้งสองอย่างร่วมกัน การศึกษาแบบสุ่ม ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ การตรวจประเมินหลายครั้ง และระยะยาวมากขึ้น การติดตามประเมินผลมีความจำเป็นอย่างมาก เพื่อตรวจสอบผลกระทบของน้ำมันหอมระเหย ต่อความเป็นอยู่ที่ดี และตัวแปรทางจิตวิทยาอื่นๆ ในอาสาสมัครสุขภาพดี

สรุปการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ที่สอดคล้องกันของการนวดด้วยน้ำมันตะไคร้ เช่นเดียวกับการนวดด้วยน้ำมันเมล็ดอัลมอนต์ ผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่า ความดันโลหิตลดลงอย่างมีนัยสำคัญ หลังจากได้รับการนวด 3 รูปแบบ ทั้งที่มีและไม่มีน้ำมันหอมระเหย ผลลัพธ์ที่ได้รับในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ เพื่อยืนยันประสิทธิผลของน้ำมันหอมระเหย ในการบำบัดทางร่างกายและจิตใจ การรักษาความผิดปกติทางอารมณ์ สามารถใช้เป็นจุดขาย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสุนทรบำบัด ด้วยผลิตภัณฑ์สปาแบบไทย

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลงานวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นว่า หากผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงศาสตร์ของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์สุขภาพ ทั้งสุนทรบำบัดและสปาแบบไทย จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถนำองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควบคู่กับธุรกิจบริการสุขภาพของประเทศ ให้มีศักยภาพให้สูงขึ้น และเติบโตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับอาเซียนได้ ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงามที่มีอยู่ปัจจุบัน เพื่อคาดคะเนความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการในอนาคต รวมทั้งผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป ทั้งนี้ คุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สุนทรบำบัดและสปาแบบไทย เป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นไปด้วยความยั่งยืน ซึ่งควรผลักดันไปสู่แผนการดำเนินงานของภาครัฐ และการสร้างความตระหนักในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป

คณะผู้วิจัยขอเสนอ Model สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปาในการดำเนินการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ในจังหวัดชลบุรี คือ “HEALTH SPA” ซึ่ง Model มีสาระสำคัญ มีดังนี้



<p><b>High quality</b> (คุณภาพการให้บริการสูง)</p>	<p>ผู้ประกอบการธุรกิจสปาทุกขนาด ไม่ว่าจะ มีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ จะต้องดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ คุณภาพการบริการที่สูง ได้มาตรฐานให้สูงขึ้นในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เช่น สมุนไพรที่มีคุณภาพสูง เป็นต้น การบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งจะทำให้มีการบอกต่อของลูกค้าจะช่วยให้ธุรกิจสปาอยู่ได้อย่างยั่งยืน</p>
<p><b>Environment</b> (สิ่งแวดล้อมเป็นธรรมชาติ)</p>	<p>จัดสถานที่ในร้าน ให้มีบรรยากาศสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติมากที่สุด เน้นความเป็นสัดส่วน สร้างความรู้สึกผ่อนคลายให้ลูกค้า เช่น สไตล์ไทย สไตล์บาห์ลี เป็นต้น</p>
<p><b>Attractive</b> (ดึงดูดลูกค้า)</p>	<p>สร้างแรงดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมาก และต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยจัดให้มีบริการสปาที่หลากหลาย และมีการพัฒนาคอร์สสปาใหม่ๆ อยู่เสมอ และการบริการต้องเน้นถึงการดูแลรักษาสุขภาพของลูกค้าด้วย</p>
<p><b>Link</b> (มีเครือข่าย)</p>	<p>ผู้ประกอบการธุรกิจสปาแต่ละราย ควรมีการรวบรวมกลุ่มเพื่อร่วมมือกันเป็นเครือข่าย รวมทั้งร่วมมือกับองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว เพื่อขยายฐานลูกค้าของธุรกิจสปา ให้มีจำนวนมากขึ้นและต่อเนื่อง เช่น จัด Event ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ทั้งคนไทยและคนต่างชาติ และต้องมีการร่วมมือกัน เพื่อหลีกเลี่ยงการตัดราคา เพื่อแย่งชิงลูกค้ากันเอง แล้วลดคุณภาพการให้บริการ</p>
<p><b>Therapy</b> (การบำบัด)</p>	<p>การบริการสปาในรูปแบบต่างๆ ต้องเน้นที่บำบัดความเครียดซึ่งจะมีผลให้ลูกค้ามีความปลอดโปร่ง สบายใจ เมื่อสุขภาพจิตดีย่อมมีผลดีต่อสุขภาพกายด้วย</p>

<b>Hygiene Cane</b> (ถูกสุขอนามัย)	การบริการสปา ต้องมีลักษณะเป็นการดูแลความสะอาดของร่างกาย ลูกค้ำ อย่างถูกสุขอนามัย เช่น ตรวจสอบผิวหนัง เล็บมือและเล็บเท้าให้สะอาด ปราศจากสิ่งทำให้เกิดโทษต่อร่างกาย
<b>Service Mind</b> (ใจรักบริการ)	พนักงานทุกงานต้องมีใจรักบริการ และทำงานบริการด้วยใจรัก เอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างดี ในทุกขั้นตอนการบริการ โอบอ้อมอารี มีมารยาทที่ดี ต้อนรับลูกค้าทุกคนด้วยความมีไมตรีจิต
<b>Professional staff</b> (ทีมงานมืออาชีพ)	การบริหารจัดการ เป็นแบบมืออาชีพและการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการคัดเลือกผู้ที่มีประสบการณ์ ฝีมือดีและบุคลิกภาพดีเข้าเป็นพนักงาน ส่วนพนักงานที่ยังขาดประสบการณ์ จะต้องจัดให้มีการฝึกอบรมด้วยการสอนงาน สอนมารยาทและภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษและจีน เพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้ มีการทดสอบมาตรฐานการทำงาน เพื่อให้พนักงานแต่ละคนมีมาตรฐานการทำงานสูง ใกล้เคียงกันและให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ลูกค้าได้ รวมถึงผู้ประกอบการต้องจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและจัดสวัสดิการ เช่น ที่พัก เพื่อดึงดูดให้พนักงานทำงานด้วยความรักและผูกพันกับทางร้าน มีการประเมินการทำงานจากลูกค้าและจากเพื่อนร่วมงานเพื่อการพัฒนา
<b>Accommodation</b> (มีความสะดวกสบาย)	สถานที่ใช้ประกอบธุรกิจ ควรมีผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเลือกอย่างหลากหลายตามความต้องการ และราคาตามกำลังซื้อของลูกค้า มีการให้บริการนอกสถานที่ เพื่ออำนวยความสะดวก เช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น ควรอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เพื่อให้การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาในเขตพื้นที่อื่น ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบสนับสนุนให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น
2. ควรทำการศึกษาวิเคราะห์และประเมินประสิทธิภาพของเนื้อหาและรูปแบบของการสื่อสารการตลาดธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์. (2529). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยศึกษา*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กองประกอบโรคศิลป์ กระทรวงสาธารณสุข. (2548). สืบค้นจาก <http://mrd.hss.moph.go.th> เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2555.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐาปณีย์ หงส์รัตนารกิจ. (2555). *น้ำมันหอมระเหยและการใช้ในสுகนธบำบัด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: โรงพิมพ์ พีเอส พรินท์.
- ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสுகภาพของบริษัทลำปางรักษ์สมุนไพร์ จังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นวรรตน์ ปัตไตร. (2553). *ผลการรักษาด้วยคลื่นอัลตราซาวด์ร่วมกับสுகนธบำบัดต่อความปวดของกล้ามเนื้อบ่าไหล่ในผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรัง ของโรงพยาบาลชุมชนแพ จ.ขอนแก่น*. รายงานการศึกษาอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ความงามและสுகภาพคณะเภสัชศาสตร์. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. (2547). *โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่*. สำนักงานประสานงานการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พาชกล ชัยวิศิษฐ์. (2543). *บทบาทของธุรกิจสปาเพื่อสுகภาพในการส่งเสริมเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสுகภาพ*. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพโรจน์ สมศรี. (2553). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- มยุรี ทองสงฆ์. (2548). *สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสுகภาพในประเทศไทย*. กลุ่มพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และ นภััสสร สุวรรณประกร. (2548). *อุตสาหกรรมสปาในจังหวัดเชียงใหม่*. สถาบันวิจัยสังคม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วราภรณ์ แยมมีศรี. (2547). *ผลของสุคนธบำบัดต่อการผ่อนคลายของผู้ป่วยในหอผู้ป่วยวิกฤต ศัลยกรรม*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการพยาบาลผู้ใหญ่ บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิลาวลัย มณฑาณณี. (2550). *ศักยภาพของน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย เพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์สุคนธบำบัด*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- วิศิษฐ์ วิญญรัตน์. (2553). *การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับสุคนธบำบัดต่อภาวะกระวนกระวายในผู้ป่วยโรคสมองเสื่อม*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ศรีสุตา ชัยชนะ. (2546). *กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภกร เสรีรัตน์. (2539). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สุธาวิ ปฎิการ และ ณกมล จันท์สม. (2554). การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 2(4), 210 – 228.
- สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และ เบญจวรรณ โมกมล. (2550). *ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- โสมนัสสา โสมนัส. (2549). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

### บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Azarmi Y, Mohammdi A., Babaei H. (2009). Role of endothelium on relaxant effect of geraniol in isolated rat aorta. *Pharmaceutical science winter*, 14, 311-9.
- de Sousa DP, de Sousa Oliveira F, de Almeida RN. (2006). Evaluation of the central activity of hydroxydihydrocarvone. *Biol Pharm Bull*, 29(4), 811-2.
- Dewick, P.M. (2001). *Medicinal Natural Products: A Biosynthetic approach 2<sup>nd</sup> ed.* Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Field, T., Diego, M., Hernandez-Reif, M., Cisneros, W., Feijo, L., Vera, Y., Gil, K., Grina, D., & Claire He, Q. (2005). Lavender fragrance cleansing gel effects on relaxation. *Internat J Neuroscience*, 115(2), 207-222.

- Kang, J. Y., & Kim, K. S. (2002). Effect of aromatherapy on anxiety and fatigue in students nurses experiencing their first clinical practice. *Journal of Korean Academy of Fundamental Nursing*, 9(2), 226-236.
- Lee, S. H. (2002). Effects of aromatherapy massage on depression, self-esteem, climacteric symptoms in the middle aged women. *Korean Journal of Women's Health Nursing*, 8, 278-288.
- Melo MS, Sena LC, Barreto FJ, Bonjardim LR, Almeida JR, Lima JT, et al. (2010). Antinociceptive effect of citronellal in mice. *Pharm Biol*, 48(4), 411-416.
- Millot, J., & Brand, G. (2001). Effects of pleasant and unpleasant ambient odors on human voice pitch. *Neuroscience Letters*, 297(1), 61-63.
- Oh, H. G., Choi, J. Y., Jun, K. K., Lee, J. S., Park, D. K., Choi, S. D., & Jun, T. I. (2000). Antistress effects of three aromatic blends being composed of synergic essential oils and differentiated effectiveness between three of them. *J Korean Aromatherapy Soc*, 2(1), 1-23.
- Quintans-Junior L, da Rocha RF, Caregnato FF, Moreira JC, da Silva FA, Araujo AA, et al. (2011). Antinociceptive action and redox properties of citronellal, an essential oil present in lemongrass. *J Med Food*, 14(6), 630-9.
- Rho K-H, Han S-H, Kin K-S, Lee MS. (2006). Effects of aromatherapy massage on anxiety and self-esteem in Korean elderly women: A pilot study. *Internat J Neuroscienc*, 116, 1447-1455.
- Rho K-H, Han S-H, Kin K-S, Lee MS. (2006). Effects of aromatherapy massage on anxiety and self-esteem in Korean elderly women: A pilot study. *Internat J Neuroscience*, 116, 1447-1455.
- Sayowan W, Siripornpanich V, Hongratanaworakit T, Kotchabhakdi N, Ruangrunsi N. (2013). The effects of jasmine oil inhalation on brain wave activities and emotions. *J Health Res*, 27(2), 73-77.
- Sayowan W, Siripornpanich V, Piriyaupunyporn T, Hongratanaworakit T, Kotchabhakdi N, Ruangrunsi N. (2012). The harmonizing effects of citronella oil on mood states and brain activities. *J Health Res*, 26(2), 69-75.
- Sheikh S, Asghar S, Ahmad S. (2013). Development of HPTLC qualitative finger printing profile of almond oil in marketed herbal cream. *International Journal of Research in Pharmacy and Science*, 3(1), 85-92.
- Singh BR, Singh V, Singh RK, Ebibeni N. (2011). Antimicrobial activity of lemongrass (*Cymbopogon citratus*) oil against microbes of environmental, clinical and food origin. *International Research of Pharmacy and Pharmacology*, 1, 228-236.

- Tadtong S, Watthanachaiyingcharoen R, Kamkaen N. (2014). Antimicrobial constituents and synergism effect of the essential oils from *Cymbopogon citratus* and *Alpinia galanga*. *Nat Prod Com*, 9, 1-4.
- Tweed, S. A. (1999). *Affective and biological reaction to the inhalation of the essential oil lavender (Lavandula angustifolia, aromatherapy)*. Master dissertation. Virginia, USA. Christopher Newport University.
- Yi, Y. S. (2002). *The effects of aromatherapy on the preoperative anxiety of surgical patients*. Master's Thesis. Seoul, Korea. Kyung Hee University.

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านสปา

### แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการร้านสปา

คำชี้แจงแบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ รวมทั้งการรับรู้และการยอมรับสำหรับร้านสปาเพื่อสุขภาพและความงามซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง "การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในศูนย์บำบัดและสปาแบบไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย" ทางคณะผู้จัดทำ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้ โดยข้อมูลและผลจากการวิจัยจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1. อายุ

- |                                       |                                       |  |
|---------------------------------------|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1.20 – 24 ปี | <input type="checkbox"/> 2.25 – 29 ปี | <input type="checkbox"/> 3.30 – 34 ปี    |
| <input type="checkbox"/> 4.35 – 39 ปี | <input type="checkbox"/> 5.40 – 44 ปี | <input type="checkbox"/> 6.มากกว่า 44 ปี |
- ขึ้นไป

##### 2. สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับ

- |                                       |  |                                      |
|---------------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.มัธยมศึกษา | <input type="checkbox"/> 2.อนุปริญญา       | <input type="checkbox"/> 3.ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 4.ปริญญาโท   | <input type="checkbox"/> 5.สูงกว่าปริญญาโท |                                      |

##### 3. สถานภาพทางครอบครัว

- |                                |  |                                       |
|--------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.โสด | <input type="checkbox"/> 2.สมรสไม่มีบุตร | <input type="checkbox"/> 3.สมรสมีบุตร |
|--------------------------------|--|---------------------------------------|

##### 4. อาชีพ

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.ธุรกิจส่วนตัว           | <input type="checkbox"/> 2.รับราชการ          | <input type="checkbox"/> 3.พนักงานเอกชน         |
| <input type="checkbox"/> 4.นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ | <input type="checkbox"/> 5.อาชีพที่ใช้ความงาม | <input type="checkbox"/> 6.อื่นๆ(โปรดระบุ)..... |

##### 5. รายได้ของท่านต่อเดือน

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.10,001 - 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2.20,001 - 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3.30,001 - 40,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 4.40,001 - 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5.มากกว่า 50,000 บาท  | ขึ้นไป   |

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการใช้บริการด้านสุขภาพและความงาม

1.ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามสุขภาพและความงามของท่าน (เรียงลำดับตามความสำคัญ 3ลำดับ โดยหมายเลข 1=สำคัญมากที่สุด)

- |  |   |
|--|---|
| .....1.ความมีมาตรฐานของศูนย์ให้บริการ    | .....2.ความมีชื่อเสียงของศูนย์ให้บริการ |
| .....3.ราคาเหมาะสม                       | .....4.การให้บริการของพนักงาน           |
| .....5.ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในศูนย์ให้บริการ   | .....6.ความสะอาดของศูนย์ให้บริการ       |
| .....7.เดินทางสะดวก ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน | .....8. การตกแต่งที่สวยงาม ความสงบ      |
| .....9.เห็นผลภายหลังจากรับบริการ         | .....10.อื่นๆ(โปรดระบุ).....            |



10. รูปแบบการนวดในสปาที่ท่านเข้าใช้บริการบ่อยที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

1. การนวดไทย (Thai Massage)  
2. การนวดเท้า (Foot Reflexology)  
3. สุนทรบำบัด(Aromatherapy)  
4. การนวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage)  
5.การนวดกดจุด (Reflexology)

11. ปัจจุบันท่านใช้บริการสปาชนิดใดเป็นประจำ (เรียงตามลำดับ 1-3 หน้าข้อที่ท่านใช้บริการมากที่สุดตามลำดับ โดยหมายเลข 1=ใช้บริการบ่อยที่สุด)

- .....1.นวดตัว (นวดไทย, นวดน้ำมันหอมระเหย, นวดสมุนไพรและลูกประคบ)  
 .....2.อบสมุนไพรและอบไอน้ำ  
 .....3.วาริบำบัด (บำบัดด้วยน้ำ)  
 .....4.บริการเสริม เช่น โยคะ  
 .....5.เสริมความงามและลดความอ้วน  
 .....6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ผลลัพธ์สำหรับผิวพรรณ หรือผลลัพธ์สปาเพื่อผิวพรรณที่ท่านชอบ (เรียงลำดับตามความชอบ 3 อันดับ โดยหมายเลข1= ชอบมากที่สุด)

- .....1. สมุนไพรสด                      .....2. น้ำมันหอมระเหย                      .....3. สารสกัดผสมวิตามิน  
 .....4. สารสกัดสมุนไพร                      .....5. สารสังเคราะห์เข้มข้น

13. รูปแบบการตกแต่งสปาที่ท่านชอบหรือคิดว่าเหมาะสมสำหรับศูนย์บริการด้านสุขภาพและความงาม (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- 1.Modern (สมัยใหม่)                      2.Trendy (วัยรุ่น สดใส)  
3.Natural (เน้นความเป็นธรรมชาติ)                      4.บาหลี  
5.Modern Vintage (โมเดิร์น วินเทจ)                      6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ปัจจัยสำคัญในการเลือกผลลัพธ์สปา หรือผลลัพธ์เพื่อผิวพรรณของท่าน (เรียงลำดับตามความสำคัญ 3 อันดับ โดยหมายเลข1= สำคัญมากที่สุด)

- .....1.มาตรฐาน                      .....2. ความมีชื่อเสียง                      .....3. ความคุ้มค่า  
 .....4. ประสิทธิภาพ                      .....5. บรรจุกัญจน์                      .....6. หาซื้อง่าย หรือมีการจัดส่ง  
 .....7.ได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก

15. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามต่อครั้ง (หากราคาเป็นแพคเกจ กรุณาเฉลี่ยให้เป็นราคาต่อครั้ง)

- 1.น้อยกว่า 500 บาท                      2.500-1,000 บาท                      3.1,001-1,500 บาท  
4.1,500-2,000 บาท                      5.มากกว่า 2,000 บาท

16. โพรโมชันแบบใดที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด(ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- 1.ลดราคา 2.ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ
- 3.สะสมแต้มเพื่อรับสิทธิพิเศษ 4.ส่วนลดจากการจองผ่านอินเทอร์เน็ต
- 5.เป็นสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ 6.ซื้อ 1 แกรม 1
- 7.บุฟเฟ่ต์สปา เลือกใช้บริการใดก็ได้ตามเวลาที่กำหนด

**ส่วนที่ 3 ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารจากร้านสปาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์**

1. ท่านอยากให้ร้านสปามีการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media ใดบ้างที่ท่านเข้าถึงบ่อยที่สุด (เรียงลำดับตามความสำคัญ 3 อันดับ โดยหมายเลข1= สำคัญมากที่สุด)

- .....1.เว็บไซต์  .....2.Facebook
- .....3.อินสตราแกรม  .....4.Twitter
- .....5.Youtube  .....6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ในฐานะผู้ใช้บริการ ท่านต้องการให้ร้านสปานำเสนอข้อมูลอะไรบ้าง บนอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ 2. โพรโมชัน
3. แผนที่ร้าน 4. ราคา
5. ใบแสดงการประกอบกิจการ 6. ภาพถ่ายสถานที่
- 7.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านต้องการช่องทางใดบนอินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับร้านสปาที่ท่านสนใจจะใช้บริการ เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 มีเบอร์โทรศัพท์ให้สอบถาม 2 สอบถามผ่าน email
- 3 มีกล่องข้อความให้กรอกคำถามแล้วตอบกลับทาง email
- 4 มีเว็บบอร์ด 5 มีกล่องข้อความที่สามารถส่งไปจากเฟสบุค
- 6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านสปาที่ท่านต้องการใช้บริการบนอินเทอร์เน็ตบ่อยแค่ไหน

- 1 = ไม่เคยใช้ 2 = ใช้น้อย(1-2 ครั้ง)
- 3 = ใช้ปานกลาง 4 = ใช้เป็นประจำ (มากกว่า 5 ครั้ง)

5. ท่านซื้อดีลราคาพิเศษบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้า / บริการร้านสปา บ่อยแค่ไหน

- 1 = ไม่เคยใช้ 2 = ใช้น้อย(1-2 ครั้ง)
- 3 = ใช้ปานกลาง 4 = ใช้เป็นประจำ (มากกว่า 5 ครั้ง)

6. ระบุแหล่งที่ท่านซื้อดีลราคาพิเศษบนอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้า / บริการร้านสปา (ถ้าเคยซื้อ) เช่น จากเว็บไซต์ ensogo เป็นต้น

7. ท่านเคยตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านสปาจากการอ่านรีวิวของบิวตี้บล็อกเกอร์ หรือ คนมีชื่อเสียงที่นำเสนอร้านสปาที่ไปใช้บริการบนอินเทอร์เน็ตหรือไม่ \*

1 = ไม่เคยใช้

2 = ใช้น้อย(1-2 ครั้ง)

3 = ใช้ปานกลาง

4 = ใช้เป็นประจำ (มากกว่า 5 ครั้ง)

8. ท่านคิดว่า การรีวิวการใช้บริการสปาของบิวตี้บล็อกเกอร์ หรือ คนมีชื่อเสียงมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ เพราะเหตุใด \*

---

9. ร้านสปาที่มีการนำเทคโนโลยีต่างๆมาใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่านหรือไม่ \*

1 = ไม่มีผล

2 = มีบ้างเล็กน้อย

3 = มีผลปานกลาง

4 = มีผลเป็นอย่างมาก

\*\*\*\*\*ขอขอบคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือ\*\*\*\*\*

## ภาคผนวก ข

แบบสำรวจความพร้อมของผู้ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพ

**แบบประเมินตนเอง**  
**ความพร้อมของผู้ประกอบกิจการ สปา/นวดเพื่อสุขภาพ**

**คำชี้แจง:** แบบประเมินตนเองนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพร้อมด้วยตนเอง ของผู้ประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพและ/หรือ นวดเพื่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง "การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธ์บำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย" ทางคณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบประเมินตนเองทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้ โดยข้อมูลและผลจากการวิจัยจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**1. เพศ**

1. ชาย  2. หญิง

**2. อายุ**

1. 20 – 24 ปี  2. 25 – 29 ปี  3. 30 – 34 ปี  
 4. 35 – 39 ปี  5. 40 – 44 ปี  6. มากกว่า 44 ปี ขึ้นไป

**3. สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับ**

1. มัธยมศึกษา  2. อนุปริญญา  3. ปริญญาตรี  
 4. ปริญญาโท  5. สูงกว่าปริญญาโท

**4. สถานภาพทางครอบครัว**

1. โสด  2. สมรสไม่มีบุตร  3. สมรสมีบุตร

**5. ตำแหน่งงาน**

1. เจ้าของ  2. ผู้จัดการ  3. พนักงาน

**6. จำนวนปีที่เปิดให้บริการ**

1. 1 – 2 ปี  2. 3 – 5 ปี  3. 5 – 10 ปี  
 4. มากกว่า 10 ปี

**7. รายได้ของสถานประกอบการต่อเดือน**

1. น้อยกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป  2. 50,001 - 100,000 บาท  
 3. 100,001 - 150,000 บาท  4. 150,001 - 200,000 บาท  
 5. มากกว่า 200,000 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการประกอบกิจการนวด/สปาเพื่อสุขภาพ**

เรื่อง	ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
		ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
1. ด้านการบริการ	1.1 การให้บริการการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ (Water Treatment): Bath, Hydrotherapy, Shower, Chill Shower, Chill Pug Pool, Vichy Shower, Scotch Host, Steam, Sauna, Jacuzzi			
	1.2 การให้บริการนวด (Massage Therapy): Swedish, Aroma, Thai, Lymph drainage, Foot massage, Foot reflexology, Facial, Head massage, Baliness massage, Indo massage, Stone massage, Deep tissue, Muscle Tension, Asian Fusion, 4 hands			
	1.3 การอบไอน้ำ การอบเซาน่า การอบสมุนไพร: Steam, Sauna, Herbal Steam			
	1.4 การประคบร้อน ประคบเย็น การประคบด้วยสมุนไพร: Hot compress, Cold compress, Herbal compress Sun-kiss Treatment			
	1.5 Body Treatment: การทำความสะอาดผิว , การสมานผิว, การขัดผิว, การพอกผิว, การพันตัว: (Cleanse, Toning, Exfoliation-Scrub, Body Mask, Body Wrap)			
	1.6 Facial Treatment: (Deep Cleansing Facial, Moisturizing Facial, Whitening Facial, Anti-wrinkle Facial, Anti-aging Facial Nourishing Facial, AHA Facial, Purify Facial)			
	1.7 การบริการด้วยอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับสรรพคุณ: (Spa Cuisine and detail)			
	1.8 บริการการออกกำลังกาย (Exercise services): Gym-Fitness, Yoga, Qi Qong, Balls, Pilates, Boxing, Rusri Dadton, Water aerobic, Jogging, Tai chi, Sports, Water sports, Stretching			

เรื่อง	ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
		ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
	1.9 บริการการทำสมาธิ (Meditation): Pray			
	1.10 การขจัดสารพิษ (ยกเว้นการสวนลำไส้ใหญ่) Detoxification treatment except colon detox			
	1.11 การบริการอื่นๆ ที่เป็นบริการสุขภาพ (Any other health services): Nail Treatment, Hair Treatment, Spa Cuisine class, Hand&Foot Treatment, Beauty Treatment			
	1.12 การจัดทำเมนูในการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ (Spa menu)			
	1.13 มีระบบบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในแต่ละบริการ (One services standard in each treatment)			
	1.14 มีขั้นตอนการบริการในเมนูที่ชัดเจน			
	1.15 มีระบบการดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้า ระหว่างการรับบริการ (Safety system protocol during treatment): กระจก, ออก, พนักงานกำกับ, การทดสอบการแพ้, แผ่นรองกันลื่น, ราวจับ			
	1.16 มีการประเมินความพอใจของลูกค้า (Client satisfy evaluated and implement): Satisfy Form, Client evaluated form, Client Interview, Book			
	1.17 ระบบการนัดหมายลูกค้า (Appointment System)			
	1.18 จัดบริการสินค้าที่ลูกค้าต้องการ (Spa Products)			
	1.19 การจัดให้บริการด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูล			
2. ด้านบุคลากร	2.1 ผู้ดำเนินกิจการ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดี และพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างดี			
	2.2 ผู้ดำเนินกิจการ เป็นผู้นำและสร้างแรงจูงใจและรับผิดชอบ ยุติธรรมต่อพนักงานในการทำให้การบริการมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า			
	2.3 ผู้ดำเนินกิจการ มีการปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า รับข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับการทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในสปา			
	2.4 ผู้ดำเนินกิจการ มีความสามารถในการทำการตลาดบริการสปาทั้งในประเทศและต่างประเทศ			

เรื่อง	ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
		ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
	2.5 ผู้ดำเนินกิจการ มีจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างดีที่สุด			
	2.6 ผู้ดำเนินกิจการ มีความสามารถวางแผนการดำเนินงานในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพทุกๆ เรื่องอย่างมีคุณภาพ			
	2.7 ผู้ดำเนินกิจการ สามารถจัดสภาพและดูแลสิ่งแวดล้อมให้ลูกค้าทุกคนเกิดความประทับใจ			
	2.8 ผู้ดำเนินกิจการ สามารถทำงานร่วมกับแผนกการอื่นๆ ในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพได้ดี			
	2.9 ผู้ให้บริการ ต้องผ่านการอบรมความรู้เฉพาะด้านของการบริการในแต่ละประเภทให้บริการมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานผู้ให้บริการของกระทรวงสาธารณสุข			
	2.10 ผู้ให้บริการ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดี สื่อสารภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1 ภาษา			
	2.11 ผู้ให้บริการ เป็นผู้รับผิดชอบการบริการลูกค้าในการทำทรีทเมนต์และให้บริการที่ลูกค้าพึงพอใจ			
	2.12 ผู้ให้บริการ เป็นผู้มีการให้บริการลูกค้าที่สุภาพ อ่อนน้อม สนใจและเอาใจใส่			
	2.13 ผู้ให้บริการ มีความสามารถในการดูแลรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอุปกรณ์ผลิตภัณฑ์ ในห้องทรีทเมนต์ให้ครบ พร้อมให้บริการตลอดเวลา			
	2.14 ผู้ให้บริการ ช่วยสนับสนุนการทำงานของหน่วยอื่นๆ			
	2.15 ผู้ให้บริการ ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกของสถานประกอบการสม่ำเสมอ			
	2.16 พนักงานต้อนรับ ต้องเป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง			
	2.17 พนักงานต้อนรับ สามารถสื่อสารภาษาไทยได้อย่างดี และพูดภาษาต่างประเทศได้อย่างน้อย 1 ภาษา			
	2.18 พนักงานต้อนรับ สามารถให้การต้อนรับและบริการลูกค้าทุกเรื่องทุกคนด้วยกิริยาที่สุภาพอ่อนน้อมและประทับใจ			
	2.19 พนักงานต้อนรับ ช่วยสนับสนุนการทำงานของ			

เรื่อง	ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
		ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
	หน่วยอื่นๆ			
	2.20 พนักงานต้อนรับ มีความสามารถในการให้ข้อมูล ทุกเรื่อง			
	2.21 พนักงานต้อนรับ มีความสามารถในการแก้ปัญหา เฉพาะหรือฉุกเฉินได้			
3. ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและ อุปกรณ์	3.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องไม่มีการโฆษณา คุณภาพเป็นเท็จหรือเกินความเป็นจริงอันอาจทำให้ หลงเชื่อหรือสำคัญผิดในคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังกล่าว			
	3.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีใช้หรือมีไว้จำหน่าย ต้องได้มาตรฐาน ตามเกณฑ์การรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยาหรือกฎหมายกำหนด หรือระบุแหล่งผลิต ที่ชัดเจน			
	3.3 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายโดยสถาน ประกอบการสปาเป็นผู้ผลิตต้องมีกระบวนการควบคุม คุณภาพและการผลิตและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้ และถ้านำเข้าจากต่างประเทศมี การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และมีเอกสารที่รับรองจาก ต่างประเทศ			
	3.4 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีไว้จำหน่ายต้องมีคุณภาพ ปลอดภัย และมีหลักประกันแก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กรณีเกิด ปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ (Product Liability)			
	3.5 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้หรือมีจำหน่ายต้องมีฉลากที่มี รายละเอียดถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งระบบการควบคุมกำกับในเรื่องวันหมดอายุ ผลิตภัณฑ์ โดยอาจเป็นในรูปแบบ Computerized หรือ Manual			
	3.6 มีระบบการควบคุมปริมาณสำรองของผลิตภัณฑ์ที่ เป็นปัจจุบัน โดยอาจเป็นในรูปแบบ Computerized หรือ Manual			
	3.7 มีการสอบเทียบเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ใช้อย่าง สม่ำเสมอ			
	3.8 มีการดูแล รักษาความสะอาดในส่วนของเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้องสม่ำเสมอตาม มาตรฐาน และให้อยู่ในสภาพปลอดภัย พร้อมใช้งาน มี			

เรื่อง	ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
		ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
	ผู้มีความรู้ดูแลและให้ข้อมูลที่ทีมงานในการเก็บและนำไปใช้			
	3. 9 มีเครื่องมือหรืออุปกรณ์พิเศษ เช่น ซาวน้ำ สระว่ายนํ้า เครื่องออกกำลังกาย			
	3.10 มีการสอบเทียบเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ใช้อย่างสม่ำเสมอ			
4. ด้านบริหารจัดการ	4.1 การจัดแบ่งภาระหน้าที่พนักงานที่ชัดเจนตามตำแหน่ง			
	4.2 มีสายงานการบังคับบัญชาชัดเจน			
	4.3 มีระบบการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐาน			
	4.4 มีการวัดประเมินผลการปฏิบัติงานสม่ำเสมอ			
	4.5 มีระบบการพัฒนาบุคลากร			
	4.6 มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน (Manual Operation)			
	4.7 การกำหนดเป้าหมายการตลาดชัดเจน			
	4.8 การกำหนดมาตรฐานของวัสดุสิ้นเปลืองอย่างชัดเจน			
	4.9 มีจริยธรรมจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ			
5 . ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	5.1 การตกแต่งสถานที่ต้องมีเอกลักษณ์ ถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย			
	5.2 บริเวณต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจน ไม่รบกวนผู้รับบริการ			
	5.3 สภาพแวดล้อมที่ดี ไม่แออัด และปราศจากมลภาวะต่างๆ			
	5.4 สามารถเข้าถึงจุดต่างๆของการให้บริการอย่างสะดวก			
	5.5 มีแผนผังแสดงจุดต่างๆของสถานประกอบการแสดงไว้อย่างชัดเจน			
	5.6 สถานที่มีความสะอาด และมีระบบดูแลรักษาที่ดีอย่างสม่ำเสมอ			
	5.7 มีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสม เพียงพอตามจุดที่ให้บริการ			
	5.8 ดนตรีหรือเพลงที่ใช้ เหมาะสม ฟังแล้วรู้สึกผ่อนคลาย ตามลักษณะของจุดที่ให้บริการ			

เรื่อง	ข้อปฏิบัติที่ดี	ผลการประเมินตนเอง		
		ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
	5.9 มีความปลอดภัย และมีระบบแจ้งเตือน			
	5.10 มีตู้ลิคเกอร์หรือตู้เซฟ ให้ลูกค้าจัดเก็บทรัพย์สินมีค่า			
	5.11 อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการสปา มีมาตรฐานรับรอง และมีคู่มือการใช้งานทุกรายการ			
	5.12 มีมุมพักผ่อน			
	5.13 มีห้องอาหารเพื่อสุขภาพ และมีการบริการเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ			
	5.14 มีมุมอ่านหนังสือ			
	5.15 มีบริเวณให้คำปรึกษา			
	5.16 มีสถานที่ทำสมาธิ			

## ภาคผนวก ค

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

## 1. ท่านคิดว่า จุดแข็งและโอกาสในการประกอบการธุรกิจร้านสปาของท่าน คือ

คนที่	คำตอบ
1	จุดเด่นของเราจะเป็นทำเลที่ตั้งอยู่ในโรงแรม ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มจากที่มาเพียงเพื่อพักผ่อนกับทางโรงแรมเพียงอย่างเดียว
2	ร้านเรามีความเป็นธรรมชาติมากกว่าร้านอื่นๆ ที่ทำให้ลูกค้าได้สัมผัสบรรยากาศของความ เป็นธรรมชาติพร้อมการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะแตกต่างจากร้านอื่นๆ
3	จุดแข็งของทางร้านเราที่เด่นๆเลยก็คือ อยู่ในที่มีลูกค้าจำนวนมากส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น ไปจนถึงวัยคนทำงาน ทางร้านเรามีราคาคอร์สที่จะมีราคาไม่สูงมากนัก ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ มีความสนใจ ในความงามของสถาบันของเรา มาใช้บริการมาก และมีการบอกต่อในกลุ่ม วัยรุ่น เพราะ อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยบูรพา ทำให้มีคนใช้บริการมาก เหตุผลที่คิดว่าเป็นคือ จุดแข็ง เพราะ ร้านเราติดกับมหาวิทยาลัย กลุ่มวัยรุ่นจะพูดปากต่อปากให้มาที่ศูนย์ความ งามนี้ แตกต่างจากร้านอื่น ตรงที่กลุ่มลูกค้าจะไม่หลากหลายเท่า
4	ร้านเราเน้นบรรยากาศให้ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด และคงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะชอบแบบไทยๆ ซึ่งแตกต่างจากสปาอื่นทั่วไปที่จะเน้นโมเดิร์น
5	ที่ตั้งของเราอยู่ในย่านชุมชน มีความคล่องตัวสำหรับผู้ที่ต้องการมานวดผ่อนคลายกับทาง ร้านสปาของเรา และที่ร้านของเรามีพนักงานที่มีฝีมือดี ซึ่งจะได้เปรียบคู่แข่งอยู่บ้าง
6	ร้านของเราจะเน้นความเป็นไทยโบราณ จัดร้านบรรยากาศแบบไทย ซึ่งพื้นที่ที่มีค่อนข้าง จำกัด แต่ก็สามารถทำให้บรรยากาศดีได้ ซึ่งแตกต่างจากบางร้านตรงที่บรรยากาศนี้แหละ
7	ร้านที่ทำสปาเส้นผมมีน้อยราย หมาดคู่แข่งไปในตัวและที่สำคัญเราใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ซึ่งร้านอื่นไม่ได้ทำสปาเส้นผมแบบเรา
8	ทำเลที่ตั้งและบรรยากาศภายในร้าน ของเราจะดี ทำเลดีกว่าร้านอื่น เพราะตั้งอยู่ใน โรงแรมที่มีชื่อเสียงในศรีราชา ซึ่งจะแตกต่างจากร้านอื่นมากๆ
9	ทางร้านมีช่างทำเล็บที่มากด้วยความสามารถจากสถาบันดังของไทย ทั้งทางด้านการดูแล ตกแต่งเรื่องเล็บ ที่สำคัญร้านอื่นอาจจะเป็นเพียงแค่แพชั่นทั่วไป แต่ทางร้านเราใส่ใจทุกรายละเอียดมากกว่า
10	ทางร้านเราจะตั้งอยู่ในที่พักผ่อน ซึ่งทำให้ลูกค้าที่มาพักผ่อนใช้บริการกับทางร้านเราเป็น อันดับแรก ซึ่งจะได้เปรียบร้านคู่แข่งที่อยู่ภายนอก ในเหตุที่ว่าสะดวกกว่าในการใช้บริการ
11	จุดแข็งเด่นๆที่อยากนำเสนอคือ วัตถุดิบ จะใช้สมุนไพรตัวเดียวกับที่ใช้ในสปาระดับ 5 ดาว เลย เราจะมานำเสนอในราคาที่คนทั่วไป สามารถใช้บริการได้ ซึ่งจะแตกต่างจากร้านอื่น ตรงนี้แหละ
12	ทางเรามีบริการพิเศษที่แตกต่างจากที่อื่น เพราะมีการสครับผิวด้วยไวน้แดง มีการนวดด้วย น้ำนม และมีการอาบน้ำด้วยน้ำแร่ ซึ่งที่อื่นจะไม่มีแบบนี้
13	เด่นๆเลย คืออยู่ใกล้ชุมชนและมีร้านเดียวด้วยในย่านนี้ ที่สำคัญอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า มีลูกค้าจำนวนมาก ร้านอื่นก็ไม่มีทำให้หมดคู่แข่ง
14	จุดเด่นของทางร้านจะอยู่ที่บรรยากาศดีชายหาด สิ่งที่ทำให้คิดว่าเป็นจุดแข็งเพราะลูกค้า

คนที่	คำตอบ
	มักจะชอบบรรยากาศกับทางร้านที่มีวิวผ่อนคลาย แตกต่างจากร้านอื่นตรงบรรยากาศสบายๆริมทะเล
15	คือทางสปาเราจุดเด่นเลยคือ ทำเลในโรงแรมหรู มีความหรูหราลูกค้าจะเป็นนักธุรกิจ มีฐานะพอสมควร เพราะจะสามารถทำสมาธิหรือคอร์สที่ราคาสูงได้ มีความแตกต่างจากร้านอื่นตรงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการมันต่างกัน
16	ตามความคิดเห็น คิดว่าจุดแข็งของทางร้านคือ บรรยากาศที่เน้นความเป็นธรรมชาติ เพราะคนเราเจอบรรยากาศในเมืองรถติด ภาพตึก พอได้มาผ่อนคลายกับทางร้านก็จะคลายเครียดไปได้ แตกต่างจากร้านอื่นตรงที่เรามีบริเวณกว้าง สามารถทำบรรยากาศธรรมชาติได้มากกว่า
17	จุดแข็งของทางร้านจะอยู่ที่ทำเลของทางร้านที่มีคนพลุกพล่าน เพราะผู้คนที่เดินเที่ยว บางครั้งต้องการพักผ่อนด้วยการทำสปา ร้านคู่แข่งที่นี้จะมึนน้อยคิดว่าไม่น่าแตกต่างกัน
18	จุดแข็งของทางร้านคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติทั้งหมด ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่สั่งมาจาก จ.สุพรรณบุรี เพราะว่า ผลิตภัณฑ์นี้ไม่ค่อยมีคนรู้จักเป็นจุดอ่อนของทางร้านและแตกต่างจากร้านอื่นมากในด้านผลิตภัณฑ์
19	จุดแข็งที่ต่างจากร้านอื่นคือเรื่องของราคาที่ทางร้านเราจะถูกกว่าร้านอื่น แต่คุณภาพดีนะ เพราะเป็นทางเลือกที่ถูกและดีก็มีที่นี่
20	เราคิดว่าจุดแข็งคือ เรามีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพมีความเชี่ยวชาญในงานที่ทำเพราะมีลูกค้าหลายรายมาแล้วให้ฟังเกี่ยวกับร้านอื่น จึงคิดว่าพนักงานคงมีความเชี่ยวชาญมากกว่า
21	ร้านของเราเป็นร้านเก่าแก่เปิดให้บริการมาก่อนร้านอื่นๆ แล้วก็ในเรื่องของพนักงานนวดเป็นคนเก่าแก่ก็มีฝีมือในการนวดเป็นอย่างมาก ซึ่งจะแตกต่างจากร้านอื่น ตรงที่ร้านอื่นจะเป็นพนักงานใหม่ๆประสบการณ์น้อย
22	จุดเด่นของทางร้านที่มั่นใจว่าดีกว่าที่อื่น คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพสูงจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาเป็นพิเศษ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นตรงผลิตภัณฑ์นี้แหละ
23	ทางร้านของเรามีการให้บริการแบบครบวงจรทั้งมีคอร์สนวดตัว นวดหน้า พิทเนส และการทำผม ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นที่จะให้บริการเพียงด้านเดียว ทางร้านเราจึงน่าจะมีความน่าสนใจมากกว่า
24	ความน่าเชื่อถือนะ เพราะร้านของเราเปิดมาเป็นเวลานานมากๆแล้วด้วยความเก่าแก่ ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพญาตีพิน้อง เข้ามาใช้บริการด้วยซึ่งจะได้เปรียบกว่าร้านอื่นๆ
25	ทางร้านเรามีสมุนไพรให้บริการกับลูกค้ามีคอร์สประคบสมุนไพร ซึ่งทางร้านอื่นจะไม่ค่อยมีหรือถ้ามีก็จะมึนน้อย ทำให้ร้านของเราเด่นในด้านนี้
26	สปาของเรามีความเชี่ยวชาญด้านการนวดเป็นพิเศษ ลูกค้าส่วนใหญ่จะชอบการนวดของทางร้านเรา เพราะว่ารู้สึกได้ผ่อนคลายจริงๆ อันนี้บอกจากลูกค้านะ ส่วนร้านอื่นเราไม่ทราบว่าเขาเป็นยังไง
27	บรรยากาศของร้านเราคือจุดเด่นของทางร้านเลยก็ว่าได้ เพราะบรรยากาศของร้านที่เน้นความเป็นธรรมชาติ โดยใช้ธรรมชาติแท้ๆมาอยู่ในห้องนวดสปาเลย ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่น

คนที่	คำตอบ
28	รูปแบบของร้านเราจะเฉพาะตัวมีเอกลักษณ์ มีความเป็นธรรมชาติให้ลูกค้ามีสิทธิ์เลือกบรรยากาศ ซึ่งร้านอื่นคงไม่มีบริการแบบร้านของเราในเรื่องของราคา ร้านเราก็น่าจะราคาไม่ต่างกันมากเท่าไร
29	สปาของเราจะมีการนวดแผนไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการบริการและมีผู้เชี่ยวชาญด้านการนวดมาก ซึ่งจะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้านเรา แต่คงไม่แตกต่างจากร้านทั่วไป
30	ร้านสปาของเราจะเน้นในด้านสุขภาพมาก โทนีสี่ที่ใช้จะเป็นสไตล์บาหลิมีธรรมชาติเข้ามาบำบัด ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลาย แต่ไม่รู้ว่าที่อื่นจะเหมือนกับทางร้านเราหรือไม่
31	เป็นรีสอร์ทที่ควบคู่กับการเปิดสปาไปด้วย ทำให้การบริการของเราครบวงจร เนื่องจากมีผู้มาใช้บริการกับทางรีสอร์ทและมีความสนใจมาทำสปาเยอะมาก ซึ่งเป็นทางเลือกเพียงอย่างเดียวที่ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ
32	ร้านของเราจะเน้นลูกค้าต่างชาติ พนักงานทุกคนสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี และร้านของเราจะจัดเป็นห้องๆ ไว้เป็นส่วนตัวของลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากร้านย่านนี้จะเห็นฉากกั้นเท่านั้น
33	จุดเด่นของทางร้านเราจะใช้ธรรมชาติบำบัดและมีบรรยากาศที่สไตล์บาหลิทำให้ผู้ที่รักสุขภาพมาใช้บริการมากขึ้น ซึ่งร้านอื่นจะเป็นคนละสไตล์กัน
34	ร้านของเราจะเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ชาวต่างชาติมักจะชอบความเป็นไทยของเรา ซึ่งร้านสปาละแวกนี้มักจะเป็น โมเดิร์น ทันสมัย จึงคิดว่านี่คือจุดแข็งของทางร้านเรา
35	สปาของเราเป็นสปาระดับ 5 ดาว ตั้งอยู่ในโรงแรมหรู มีการบริการที่เป็นมืออาชีพมาก พนักงานทุกคนมีประสบการณ์สูง ซึ่งแตกต่างจากร้านทั่วไปอยู่มาก
36	จุดแข็งของทางร้านน่าจะเป็นที่บรรยากาศของทางร้านที่มีความเป็นธรรมชาติให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ทำให้ลูกค้าลืมหืมความเป็นเมืองมาผ่อนคลายกับธรรมชาติกับ สปา นวดแผนไทยของเรา ซึ่งจะแตกต่างจากร้านทั่วไปตรงบรรยากาศของร้านนี้ละ
37	ร้านสปาของเราอยู่ในรีสอร์ทที่มีความเป็นธรรมชาติและมีเพียงแห่งเดียวในรีสอร์ทนี้ ทำให้ไม่มีคู่แข่งทางการตลาด
38	จุดแข็งของร้านสปาของเราจะอยู่ในทำเลที่ดี เพราะอยู่ในโรงแรมที่มีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเข้าพักกับโรงแรมให้ความสนใจมาก ทำให้มีลูกค้าของทางร้านมากขึ้น โดยเฉพาะช่วง Hi-Season ซึ่งจะได้เปรียบร้านอื่นอยู่พอสมควร
39	มีทำเลที่ตั้งที่ดีอยู่ในย่านนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดลูกค้าใหม่ๆมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากบางร้านที่อยู่ในซอยลึกไม่ได้ติดถนนแบบเรา
40	ทางร้านเรามีสมุนไพรสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการได้เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบสมุนไพรไทย ซึ่งจะแตกต่างจากร้านอื่นที่มักจะทำน้ำมันสำเร็จรูปมากกว่า
41	จุดเด่นหรือจุดแข็งของร้านคือ การตกแต่งการตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศบาหลิลูกค้าจะได้การผ่อนคลายจากบรรยากาศของร้านด้วย การที่ตกแต่งร้านทั้งข้างนอกและข้างในแนวบาหลิทำให้ลูกค้าสนใจเยอะ เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ในสถานที่ที่ท่องเที่ยว และคู่แข่งแถวนี้ (บางแสน) ค่อนข้างเยอะ หากทำให้ร้านไม่เด่น ลูกค้าจะไม่เดินเข้ามาร้านเรา เพราะร้าน

คนที่	คำตอบ
	<p>ละแวกนี้เขาจะไม่ตกแต่งร้านเหมือนเรา ทำให้ร้านเราแตกต่างจากร้านอื่นๆ อย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว เขาตั้งใจมาพักผ่อนมองหา Spa หรือการนวดไทยอยู่แล้ว หากร้านเรานำเข้าจะทำให้ลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการ</p>
42	<p>จุดแข็งของทางร้านน่าจะเป็นเรื่องราคาที่ไม่แพง เพราะร้านที่อยู่ละแวกเดียวกัน ตั้งราคาค่อนข้างสูง แต่ร้านเราราคาเป็นกันเอง เช่น นวดไทย 1 ชั่วโมงที่ร้าน 150 บาท ร้านอื่น 1 ชั่วโมง 250 บาท ที่คิดว่าข้อนี้เป็นจุดแข็งเนื่องจาก ด้วยราคาคนเลยเข้ามาใช้บริการที่ร้านเราเยอะ</p>
43	<p>ร้านเรามีอุปกรณ์ครบวงจรใช้วัสดุดีที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้านได้รับการบริการแบบครบวงจร ซึ่งร้านอื่นจะเน้นวางเพื่อแฟชั่น แต่เราจะเน้นความประทับใจ</p>
44	<p>ร้านเราจะเน้นความเป็นกันเองกับลูกค้าไม่ต้องมีพิธีอะไรมาก สร้างความประทับใจผ่านทางพนักงาน เพราะเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าตั้งใจกลับมาใช้บริการที่ร้านเราอีก ซึ่งบางร้านจะมีรายละเอียดค่อนข้างมาก ต้องกรอกข้อมูลก่อนเข้ารับบริการ</p>
45	<p>ข้อเด่นของร้าน คือ จัดให้มีการให้บริการครบวงจร เพื่อสร้างความหลากหลายและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า เช่น การให้บริการเพื่อการผ่อนคลาย การให้บริการด้านความงาม การตีหมอนไพร ที่เห็นว่าเด่นเพราะเป็นการดูแลสุขภาพทั้งภายในและภายนอกร่างกาย ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นๆ เนื่องจากร้านอื่นๆ จะเน้นการนวดภายนอกแต่เราจะเน้นบริการทั้งภายนอกและภายในคู่กัน</p>
46	<p>ผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านเลือกใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติทั้งหมด โดยเฉพาะน้ำมันหอมระเหยและสมุนไพรต่างๆ เราต้องการให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าปลอดภัยจากสารเคมีในการนวด เหตุผลที่คิดว่าเป็นจุดแข็งเนื่องจาก การใช้ผลิตภัณฑ์ของเรามาจากธรรมชาติทั้งหมดก็จริงแต่น้ำมันหอมของเรามีกลิ่นต่างๆ มากมาย เช่น มะนาว ส้ม และมะลิ และอื่นๆ จึงเป็นการสร้างความหลากหลายให้ลูกค้า ซึ่งมีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ อยู่ในละแวกเดียวกัน</p>
47	<p>ที่แห่งนี้จะได้รับการบำบัดอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะด้านวิถีชีวิต ตามรอยวัฒนธรรมไทย พนักงานทุกคนได้ผ่านการศึกษอบรมจากสถาบันการศึกษา ของไทย และท่านจะได้รับคำปรึกษาอย่างดีจากผู้เชี่ยวชาญของสปา ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นๆ มาก</p>
48	<p>ร้านสปา เป็นสปาเพื่อสุขภาพและความงาม อยู่ใกล้แยกชุมชน เปิดให้บริการมานานมาก ฐานลูกค้ามาจากการบอกต่อ ทำให้เรามั่นใจว่านี่คือ จุดแข็งของร้าน ซึ่งได้เปรียบร้านอื่นๆ</p>
49	<p>จุดเด่นของร้าน จิตรไทยสปาอโรมา คือบรรยากาศของร้านที่เป็นแบบล้านนา แม้กระทั่งตัวพนักงานก็ใส่ชุดที่เหมือนกัน คือแนวล้านนา ความเดินของร้านเราลูกค้าทุกคนกล่าวถึง คือ Step การนวดของหมอนวดที่ทางร้านมีการฝึกฝนมาอย่างดีและเป็นระบบและมีความเหมือนกันคือการนวดแบบนั่งข้างใน ซึ่งร้านคู่แข่งส่วนใหญ่หมอนวดจะให้นวดตามอิสระจะนวดแบบสำนักไหนก็ได้ แต่ของร้านเราไม่ได้ ต้องนวดตามที่ร้านกำหนดมาเท่านั้น</p>
50	<p>ร้านเราจะเลือกใช้โชนสีที่สบายตา เพอร์นิเจอร์ ตกแต่งผสมผสานให้เข้ากับห้องเพื่อสร้าง</p>

คนที่	คำตอบ
	บรรยากาศผ่อนคลายเป็นกันเอง และเป็นที่น่าสนใจกับผู้ที่มาใช้บริการซึ่งแตกต่างจากร้านส่วนใหญ่ที่จะมีรูปแบบของห้อง
51	การออกแบบตกแต่งร้าน จะมีลักษณะเป็นห้องที่มีความแตกต่างกัน ด้วยการออกแบบในแต่ละโซน เช่น โซนห้องที่ตกแต่งในรูปแบบไทย โซนห้องที่ตกแต่งในรูปแบบบาห์ลี เป็นต้น โดยแต่ละห้องจะใช้เฟอร์นิเจอร์ โทนสี และเสียงเพลงมาตกแต่งผสมผสานให้เข้ากันเพื่อสร้างบรรยากาศ คิดว่าร้านเรามีความแตกต่างจากร้านอื่น เนื่องจาก มีสไตล์ของห้องต่างๆ ที่ไม่ซ้ำกัน แต่ของเจ้าอื่นๆ ถ้าร้านไหนเป็นไทยก็จะเป็นไทยทั้งร้าน ร้านไหนเป็นบาห์ลีก็จะเป็นบาห์ลีทั้งร้าน
52	พนักงานนวดสามารถให้บริการแบบต่างๆ โดยผ่านการฝึกอบรม และ ทดสอบการนวดเรียบร้อยแล้วซึ่ง บางร้านจะไม่มีทดสอบพนักงาน ซึ่งทำให้ความสามารถของพนักงานนวดแต่คนไม่เท่ากัน
53	การทำให้บริการต่างๆ ที่หลากหลายและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน กว่าร้านอื่นๆ พนักงานนวดทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการนวดในแบบต่างๆ เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นที่จะให้บริการเฉพาะด้านไป
54	จุดแข็งของร้าน คือการให้บริการนวดแผนไทย การนวดแบบอโรมาเจอราฟี การนวด คอ การนวดขา และการนวดเท้า และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับร้านอื่นๆ ซึ่งในส่วนใหญ่ลูกค้าของเราเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ทางร้านได้จัดบริการให้นวดถึงที่พัก ในระยะทางรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตร เพื่อตอบสนองลูกค้าที่ต้องความสะดวกสบาย
55	พนักงานนวดทุกคนเนียบมาก ลูกค้าไม่มีคำว่ามีค่างานที่เสียบ ห้องกว้างเป็นส่วนตัว จุดแข็งร้านนี้ช่วยให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งจะแตกต่างร้านอื่นที่พนักงานจะมีทั้งดีและอื่นๆ สลับกันไป
56	ราคาของร้านเราจะตั้งไว้ไม่สูงมากทำให้ลูกค้าสามารถเข้ามาทำได้โดยทางร้านจะมีตั้งแต่ราคาทั้งไป จนถึงราคาสูง เหมาะสำหรับคนที่ต้องการคุณภาพสูงจริงๆ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นเน้นในราคาที่เท่ากัน
57	จุดเด่นของร้าน ตั้งอยู่ตรงข้ามองค์กรบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี อยู่ห่างไม่ไกลจากห้องสรรพสินค้าเซนทรัลพลาซ่า ถือว่าเป็นสถานที่เดินทางไปได้สะดวกนอกจากนั้นบริเวณที่ตั้งของร้านยังอยู่ใกล้หมู่บ้านต่าง และอาคารสำนักงานและภาครัฐและเอกชน มากมายจึงสามารถดึงดูดลูกค้าและรองรับบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดีซึ่งต่างจากร้านอื่นๆ เพราะตรงถนนเส้นหน้าร้านมีสปาร้านเดียว อีกอย่างที่ร้านจะเน้นผลิตภัณฑ์สมุนไพรก็ถือเป็นจุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของร้าน
58	เป็นการตกแต่งร้านที่จัดวางอย่างกลมกลืน ด้วยการดีไซน์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละโซน เช่น แบบไทย และบาห์ลี โดยจะใช้เฟอร์นิเจอร์ โทนสี เสียงเพลงเข้ามาผสมผสาน เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย ซึ่งบางร้านจะไม่ครบวงจรเท่ากับร้านเรา
59	จุดแข็งของร้านเราที่เด่นๆเลยก็คือร้านตั้งอยู่ในชุมชน ผู้คนมองเห็นได้ง่ายและร้านของเราจะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ไทย และความเป็นธรรมชาติเข้ามาผสมผสาน ซึ่งเราจะเน้นไทย

คนที่	คำตอบ
	แท้จริงๆ คู่แข่งบางร้านจะเป็นสไตล์ โมเดิร์น เพราะบางทีพื้นที่เขามีจำกัด
60	ร้านของเราจะเป็นร้านที่ไม่แพง ร้านสะอาดแบ่งโซนเป็นสัดส่วนชัดเจน ตกแต่งหรือดูทันสมัย ฝ้าอุปกรณ์ ทุกอย่างไม่มีใช้ซ้ำ ทำให้เราเป็นทางเลือกแรกๆ ของลูกค้าในย่านนี้
61	ทางร้านเราจะมีห้องรับแขกที่หรูหรา และจะมีน้ำชงร้อนๆ มาเสิร์ฟ และให้ลูกค้ากรอก ข้อมูลระบุว่าชอบขนาดแบบไหน ความแรงประมาณเท่าไร ซึ่งมั่นใจว่าที่อื่นไม่มีทำแน่นอน
62	ทางร้านเราตกแต่งเรียบง่าย ไม่เน้นใช้สีฉูดฉาด ใช้สีโทนสบายตาแค่เข้ามาก็รู้สึกผ่อนคลายแล้ว ก็คิดว่าเป็นจุดแข็งเพราะ เพียงลูกค้าเข้ามาสัมผัสบรรยากาศภายในร้านก็ทำให้ผ่อนคลายแล้ว ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นๆ
63	ร้านเราเน้นความสะอาด แบ่งโซนเป็นสัดส่วนชัดเจน ตกแต่งเรียบหรือดูทันสมัย ห้องสปา ทั้งห้องเดียวห้องคู่ พร้อมตู้อบน้ำในตัว ซึ่งจุดนี้จะครบวงจรจากร้านอื่นๆ
64	ร้านทำผมของเราจะมีทั้งเรื่องของสปามาด้วย โดยนี้ลูกค้า สามารถทำได้ทั้ง 2 อย่าง ในราคาพิเศษ ซึ่งร้านอื่น จะเป็นร้านที่ จะสปาอย่างเดียว เลยจึงทำให้ร้านของเราเป็นจุดสนใจมาก
65	ทางร้านเรามี STYLISTฝีมือดี มีผลการันตี มีประสบการณ์ ในการทำงาน และร้านของเรา เป็นสปาครบวงจร ในร้านตกแต่งด้วยโทนสีขาว เพิ่มความปลอดภัยโปร่งสบาย เพราะจุดเด่น เหล่านี้ช่วยทำให้ร้านของเราเป็นทางเลือกแรกๆ ลองลูกค้าซึ่งบางร้านจากที่เคยได้ยินมาจะจัดร้านแบบแออัดไม่ค่อยน่าเข้า
66	ร้านของเราเน้นการจัดตกแต่งให้เหมือนกับสไตล์รีสอร์ท เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อน ราคาไม่แพงและทางร้านเราไม่มีแอบแฝงในเรื่องของคอร์สต่างๆแน่นอน เพราะเราต้องการทางให้ลูกค้ามาใช้บริการและรู้สึกผ่อนคลายจริงๆ ซึ่งทางร้าน จะเน้นการให้บริการที่รวดเร็ว เน้นแต่การนวดเป็นหลัก
67	ร้านของเราใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าคุ้มค่างกับเงินที่เสียไป และลูกค้าทุกคนจะชอบตรงบริเวณ FRCNT ตอนรับ ซึ่งแตกต่างจากบางร้านที่จะไม่มี
68	เน้นสร้างความสัมพันธ์ กับลูกค้าให้รู้สึกเป็นกันเอง โดยทางร้านเราจะใช้ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพราะจะทำให้ลูกค้าเต็มบอกต่อ และทำให้ลูกค้าประทับใจ ซึ่งร้านอื่นจะไม่ค่อยทำวิธีนี้
69	มีบริการแบบครบวงจรทั้งบริการนวดแผนไทย นวดคลายไขมัน นวดอโรมา นวดหน้า ที่คิดว่า เป็นจุดเด่นเพราะ ร้านอื่นๆ ที่อยู่ในพื้นที่เดียวกับเรา เปิดบริการไม่ครบวงจรเหมือนเรา ร้านอื่นหากให้บริการนวดไทยก็จะมีแต่นวดไทย นวดตัวอย่างเดียว
70	ร้านของเราใช้ทำเลชุมชน ผู้คนสัญจรไปมาสะดวก และมีที่จอดรถสะดวกสามารถรองรับลูกค้าได้จำนวนหนึ่งเพราะร้านของเราสะดวกในการเข้ามาใช้บริการมากกว่าร้านอื่นๆ ในย่านนี้ จึงทำให้ลูกค้าเลือกที่จะเข้ามาใช้บริการกับทางร้านเรามากกว่า
71	จุดแข็งของร้านอโรมาสปา คือ บรรยากาศภายในร้าน ซึ่งเราเน้นและใส่ใจทุกรายละเอียดเพราะมั่นใจว่าการตกแต่งร้าน ช่วยบำบัดหัวใจของลูกค้าได้เช่น ผงนวดสโรมา สบายตา ภาพติดผนังลายไทย และมีเทียนหอมกลิ่นต่างๆ ไว้บริการลูกค้า ลูกค้ายังสามารถเลือกการผ่อนคลาย

คนที่	คำตอบ
	ได้อีกด้วย ซึ่งความหลากหลายนี้ทำให้มั่นใจว่าแตกต่างจากร้านอื่นๆ
72	จุดเด่นของสปา คือนำเอาคุณประโยชน์ของเกลือทะเลบริสุทธิ์และโคลนจากทะเลสาบ Dead sea มาดูแลร่างกายบริการของเราเป็นระดับ First class เน้นกลุ่มบนของทุกอย่าง
73	ร้านของเราจะเป็นร้านที่ไม่แพง ร้านสะอาดแบ่งโซนเป็นสัดส่วนชัดเจน ตกแต่งหรือดูทันสมัย ฝ้าอุปกรณ์ ทุกอย่างไม่มีใช้ซ้ำ ทำให้เราเป็นทางเลือกแรกๆ ของลูกค้า
74	การตกแต่งร้านแนวบาห์ลี การใช้ไม้มาประกอบตกแต่งทำให้รู้สึกอบอุ่นผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี ถือว่าเป็นจุดแข็งของร้าน ซึ่งจะแตกต่างจากคู่แข่งแบบด้านหน้า หน้าในร้าน เพราะร้านเราใส่ใจบริการละเอียด มากกับตกแต่งสไตล์บาห์ลี
75	ร้านเราเน้นความสะอาด แบ่งโซนเป็นสัดส่วนชัดเจน ตกแต่งเรียบหรือดูทันสมัย ซึ่งคู่แข่งหมายถึงพี่ไม่ได้ให้ความใส่ใจกับเรื่องนี้
76	แนวไทยล้านนา จุดเด่นการตกแต่งร้านสไตล์ล้าน เน้นสีโทนเรียบง่าย น้ำตาย ไม้ บ่งบอกถึงความเป็นล้านนา ซึ่งร้านอยู่แถวพานทอง จะเป็นสไตล์ ธรรมดาไม่เป็นบรรยากาศร้อน
77	ข้อเด่นของสปา ศิลาวดี คือ ทำเลที่ตั้งของร้าน สามารถเดินทางไปมาร้านได้สะดวกสามารถเข้าออกได้หลายทางพนักงานทุกคนได้ผ่านการฝึกอบรมจากสถาบันการศึกษา ของไทย และท่านจะได้รับคำปรึกษาอย่างดีจากผู้เชี่ยวชาญของสปา ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นๆมาก
78	จุดแข็งพนักงานนวดที่สามารถให้บริการนวดในแบบต่างๆ โดยผ่านการฝึกอบรมและทดสอบความสามารถในการนวดเรียบร้อยแล้ว ซึ่งพนักงานนวดสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการนวดแก่ลูกค้าได้ ซึ่งร้านอื่นพนักงานจะไม่มานั่งอธิบาย เรื่องการนวดต่างๆ ให้ลูกค้าฟัง คิดว่านี่คือสิ่งที่แตกต่างจากร้านอื่น
79	คุณภาพของพนักงานนวดถือเป็นจุดแข็ง พนักงานผ่านการอบรม ฝึกฝน เฉพาะทางมา ค่อนข้างมีประสบการณ์นวดมากบวกกับความสะอาดของร้าน ห้องนวด ซึ่งมั่นใจว่าความแตกต่างจากร้านอื่นๆ ในย่านนี้
80	เน้นความสดชื่นเป็นจุดแข็ง เน้นสีเขียวของต้นไม้ เพื่อความผ่อนคลาย ร้านเดียวที่เน้นการตกแต่งร้านจากต้นไม้พืชพันธ์ ดอกไม้ต่างๆมา และมั่นใจว่าต่างจากร้านอื่น
81	จุดเด่นของร้านพนักงานทุกคนมีจุดเด่นด้านอภัยและมารยาทในการให้บริการ มี service mind เห็นลูกค้าสำคัญที่หนึ่ง เพราะลูกค้าชมเรื่องนี้มาก หลังรับบริการ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นๆ เพราะร้านอื่นๆ ไม่มีการอบรมพนักงานทุกวันก่อนทำงานเหมือนเรา
82	จุดแข็ง คือ มีการบริการพิเศษในลักษณะ Home spa foot Delivery และลูกค้าสามารถเลือกกลิ่นน้ำมันได้ตามต้องการ ซึ่งลูกค้า ค่อนข้างชอบ มีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ ที่มีการบริการลูกค้าถึงบ้าน หรือที่พัก เราให้บริการถึงที่พักอาศัยของลูกค้าภายใน รัศมี ระยะไม่เกิน 10 กิโลเมตร
83	จุดเด่นของร้าน เทวารันย์สปา คือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ซึ่งใช้ตั้งแต่สมุนไพรแบรนด์ดังๆ เช่น Erb ลูกค้าเลือกผลิตภัณฑ์ก่อนการบริการได้เอง ซึ่งต่างจากคู่แข่งหรือร้านสปาอื่นๆ เพื่อจะบริการลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าจริงๆ
84	จุดแข็งของร้าน คือร้านมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดยใช้สมุนไพร ซึ่งพวกผลิตภัณฑ์ในร้านที่เราใช้

คนที่	คำตอบ
	กับลูกค้าชั้น ลูกค้าสามารถซื้อกลับบ้านได้เพื่อดูแลสุขภาพเองที่บ้านได้ ซึ่งมีความแตกต่างจากคู่แข่งแน่นอน
85	จุดเด่น คือ ทำเลที่ตั้งของร้านติดถนนใหญ่ ติดชุมชนมีชุมชนรายล้อม ด้วยความที่ร้านตั้งอยู่บริเวณนี้ และมีร้านเดียวในถนนเส้นนี้ ทำให้สามารถดึงดูด และรองรับบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี หากเทียบกับร้านอื่นๆ ถือว่าทางร้านมีทำเลที่ดีที่สุด
86	จุดเด่นการแต่งร้านที่แฝงไปด้วย มนต์เสน่ห์ของชาวเหนือ เหมาะกับการพักผ่อน ผ่อนคลาย อากาศเมื่อล้า จากการทำงาน ที่คิดว่าการตกแต่งร้านเราเป็นจุดเด่นเพราะ ที่ตั้งร้านอยู่ภาคตะวันออก ความเป็นเหนือค่อนข้างหายาก ซึ่งมั่นใจว่าทำให้แตกต่างจากร้านอื่นๆ เพราะร้านอื่นไม่เน้นโมเดิร์นมากกว่า
87	จุดแข็งของร้านคือการบริการอย่างมืออาชีพ โดยได้ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ด้านสปาเป็น อย่างดี จัดการทั้งเรื่องของ คอร์ส , การแต่งตัว , สร้างบรรยากาศ ซึ่งทำให้ออกมาได้โดนใจลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างแน่นอน
88	จุดเด่นของร้านเราจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ซึ่งจะมีคุณภาพสูงเมื่อเทียบกับร้านอื่นๆ ของเรากุณภาพดีกว่าแน่นอน เพราะเราทำการส่งจากแหล่งที่มีชื่อเสียงในประเทศไทย และจะมีประสิทธิภาพดีกว่า ผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดทั่วไป
89	จุดเด่นหรือจุดแข็งร้านเราคือ ที่ตั้งทำเลอยู่ในชุมชนและอยู่ด้านหลังของหมู่บ้านที่ดีผู้คนอาศัยอยู่มาก โดยเราจะตั้งร้านในจุดที่คนผ่านไปมามองเห็นได้ทุกทาง ซึ่งตั้งอยู่ในซอยทำให้ เราได้เปรียบตรงนี้
90	จุดแข็งของทางร้านที่เราภูมิใจนำเสนอ คือ สภาพแวดล้อม ของร้านที่เราจะเน้นความเป็น ธรรมชาติ และห้องที่นวดจะเป็นธรรมชาติอยู่ในตัวเลยทำให้รู้สึกผ่อนคลาย มีเสียงเพลงเบาๆ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่น ที่มักจะเป็นห้องแคบๆ ไม่ค่อยมีธรรมชาติเท่าไร
91	จุดแข็งของร้านเราจะอยู่ที่ประสบการณ์ของร้านเราที่เปิดมานานแล้ว ทำให้เป็นที่รู้จักมาก และพนักงานที่อยู่ก็อยู่มานาน มีฝีมือในการนวดทำให้ลูกค้า มาใช้บริการประจำ ส่วนร้าน อื่นที่เปิดขึ้นมานั้นคงจะมีพนักงานฝีมือ นวดไม่เท่ากัน
92	จุดเด่นหรือจุดแข็งร้านเราคือ ที่ตั้งทำเลอยู่ในชุมชนและสบายตา ทั้งยังมีการบริการที่ดี เข้าใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะใช้บริการกับเรา ซึ่งลูกค้าบางคนว่าไปร้านอื่นการบริการ ไม่ดีเท่าที่นี้ และร้านนี้ดูเป็นธรรมชาติ
93	ร้านเราตกแต่งแบบธรรมชาติทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายเหมือนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติมีห้องนวด ให้เลือกหลายแบบตามความต้อง ซึ่งทางร้านจะเป็นโมเดิร์น ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย มากกว่าร้านอื่น
94	ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ในชุมชน และมีที่จอดรถกว้างขวางทำให้ลูกค้ามาใช้บริการกับทางเรา เยอะ บางร้านในย่านที่จะไม่ค่อยมีที่จอดรถทำให้ลูกค้ามาใช้บริการกับทางเรามากกว่า
95	ร้านเรามีการจัดร้านแบบมีระเบียบ แบ่งโซนการให้บริการอย่างชัดเจน นวดน้ำมัน , นวด สมุนไพร และมีทุกอย่างครบวงจรในสปาของเรา ทำให้ลูกค้าค่อนข้างจะมาใช้บริการกับร้านเรามากขึ้น ซึ่งร้านอื่นจะมีไม่ค่อยครบวงจรในร้านเดียวทำให้ลูกค้าไม่ค่อยเข้าร้านมาก

คนที่	คำตอบ
96	ร้านของเราตั้งอยู่ในชุมชน และที่สำคัญคือ เพียงร้านเดียวในย่านทำให้ลูกค้ามาใช้บริการร้านนี้ค่อนข้างมาก เพราะสมัยนี้ลูกค้ารักสุขภาพมากขึ้นทำให้ การบริการสปาเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของลูกค้าในละแวกนี้
97	จุดเด่นของเรา คือ เรื่องของทำเลที่ตั้งของร้านจะอยู่ในย่านของชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่หนาแน่นอีกทั้งยังเป็นคนที่มีความรักสุขภาพในการทำสปาด้วย เพราะราคาคอร์สสปาจะสูงกว่าร้านทั่วไป อยู่ 20 เปอร์เซ็นต์ แต่คุณภาพที่ได้รับก็มากกว่าเช่นกัน ซึ่งร้านอื่นจะสู้เราตรงนี้ไม่ได้
98	จุดแข็งของร้านเรา คือ การตกแต่งภายในร้านที่มีสัดส่วนลงตัว มีพนักงานคอยบริการด้านหน้า รวมทั้งมีฝ่ายแนะนำคอร์สให้กับลูกค้าที่ไม่ค่อยมีความรู้ด้านสปาแต่อยากเข้ามาทดลองทำสปากับทางร้าน ซึ่งจะแตกต่างจากร้านอื่นที่ให้ลูกค้าเลือกโดยไม่รู้เลยว่าเป็นอย่างไรร
99	ร้านของเราตั้งอยู่ในรีสอร์ทหรู และเรามีการติดต่อกับทางโรงแรมเอาไว้ทำให้ลูกค้าที่มาเข้าพักจะใช้บริการกับร้านเราทุกคน เพราะจะรวมไปในราคาห้องพักแล้ว และที่สำคัญปราศจากคู่แข่งแน่นอน
100	จุดเด่นของทางร้านของเรา คือ ทำเลที่ตั้ง มีขนาดกว้าง รองรับลูกค้าได้มากและทางจัดการของเราก็มีความเป็นมืออาชีพสูง ทำให้การบริการกับลูกค้าเป็นไปได้ด้วยดี ซึ่งต่างกับร้านทั่วไป ในย่านนี้

2. ท่านคิดว่า จุดอ่อน และภาวะคุกคามในการประกอบการธุรกิจร้านสปาของท่าน คือ

คนที่	คำตอบ
1	คิดว่าน่าจะเป็นบุคลากรที่มีจำกัดและพนักงานที่มาทำด้านนี้มีความเชี่ยวชาญไม่มาก ซึ่งคงจะเหมือนร้านอื่นทั่วไป
2	จุดอ่อนคิดว่าไม่มีนะ เพราะที่ผ่านมา ลูกค้าทุกคนยังไม่มี Comment ทางด้านลบกับทางร้านเลย
3	หากเศรษฐกิจแย่ คนใช้บริการตกที่เดือนหนึ่งมาทำคอร์สกับทางเรา 3-4 ครั้ง ก็จะลดไปเหลือ 1-2 ครั้ง และบางช่วงที่ มหาวิทยาลัยปิดเทอม ลูกค้าในกลุ่มวัยรุ่นก็จะลดลง คงไม่แตกต่างจากร้านอื่นมาก คงจะแย่งพอกัน
4	เกิดร้านสปาใหม่ๆขึ้นเยอะ ทำให้เกิดการแข่งขันในการเรียกลูกค้า ซึ่งทุกๆร้านจะเจอปัญหาแบบเดียวกันหมด
5	น่าจะเป็นร้านคู่แข่งที่เปิดใหม่มาก และมักจะสู้กันด้วยโปรโมชั่น ซึ่งทุกๆร้านจะเจอแบบเดียวกัน
6	น่าจะเป็นขนาดร้านที่ค่อนข้างเล็กรองรับลูกค้าได้น้อย ทำให้เสียโอกาสในการทำรายได้ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นตรงที่ร้านอื่นมีขนาดใหญ่กว่า
7	คนยังไม่เข้าใจว่าสปาผมคืออะไร บางทีอาจจะคิดว่า มาสระผมแค่นั้นจึงไม่เข้ามาในร้านและ

คนที่	คำตอบ
	ร้านอื่นก็ไม่มีคำว่าสปาผม
8	ความต้องการของลูกค้ามีหลากหลาย บางครั้งทางร้านเราก็ไม่มีคอร์สที่ลูกค้าต้องการ ทำให้สูญเสียโอกาสใยการบริการลูกค้า ซึ่งร้านอื่นก็คล้ายๆกัน
9	ราคาทางร้านเราจากการสอบถามจากลูกค้า บางครั้งลูกค้าจะเปรียบเทียบกับร้านในย่านเดียวกัน แต่เราก็พยายามบอกว่าของเรามีประสิทธิภาพนะ ร้านอื่นคงไม่เจอแบบเราหรอก เพราะราคาคงถูกกว่า
10	บางครั้งในช่วง lowseasonคนที่เข้าพักจะไม่มาก ทำให้ลูกค้าลดน้อยลงไปด้วย ซึ่งร้านคู่แข่งที่อยู่ด้านนอกจะได้ลูกค้าขจรมากกว่าทางร้านเรา
11	จุดอ่อนหรือคิดว่า น่าจะเป็นประสบการณ์ของพนักงานที่ให้บริการกับลูกค้าเพราะยังไม่ค่อยมีประสบการณ์มากอาจจะบริการได้ไม่ดีเท่ากับร้านอื่นๆ
12	คงจะเป็นราคาที่สูงกว่าร้านทั่วไป เพราะเรามีคอร์สพิเศษที่ไม่เหมือนร้านอื่น อาจจะทำให้ลูกค้าไม่ค่อยจะเข้ามาในร้าน ถ้าไม่ใช่ลูกค้าประจำ
13	บางครั้งลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบอกว่าเป็นในเรื่องจองราคาค่าคอร์สที่สูงไปนิดทำให้เราต้องปรับลดราคาลงบ้าง เพื่อเรียกลูกค้าให้มากขึ้น
14	ข้อด้อยของที่นี่มีอยู่อย่างหนึ่งคือ จะมีพวกหมอบเดินนวด เดินสอบถามกับลูกค้าโดยตรงเลย ทำให้ลูกค้าไม่ค่อยจะมาร้าน แตกต่างจากร้านอื่นหรือไม่ คิดว่าน่าจะไม่แตกต่างกันสักเท่าไร ร้านอื่นคงเจอแบบเดียวกัน
15	จะเป็นในเรื่องของเศรษฐกิจที่บางครั้งแย่ ลูกค้าก็จะใช้บริการน้อยลง จะมีแต่พวกที่มีฐานะสูงๆที่จะมาประจำ คงไม่แตกต่างจากร้านอื่นเพราะเป็นของกำลังซื้อเหมือนกัน
16	จุดอ่อนที่ยังพอมืออยู่คือ พนักงานยังสื่อสารกับชาวต่างชาติไม่ค่อยเข้าใจและบริการลูกค้าไม่ถูกใจ คิดว่าคงคล้ายกันทุกๆร้าน
17	จุดอ่อนคิดว่าน่าจะเป็น ราคาที่สูงมากกว่าร้านอื่นแต่อยากแจ้งให้ทราบ ว่าแต่ละคอร์สของเรามีคุณภาพตามราคา บางทีลูกค้าจะเลือกราคาถูกไว้ก่อน
18	ในละแวกนี้มีร้านสปาเปิดใหม่จำนวนมาก ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการใช้บริการมาก ร้านอื่นๆก็คงจะเจอปัญหาแบบเดียวกัน
19	จุดอ่อนน่าจะเป็นประสบการณ์การทำงานเพราะร้านของเราเพิ่งเปิดมาไม่นานและร้านประจำที่มีในชลบุรีก็มีมากพอสมควร ต่างจากร้านที่เปิดมานานแล้วจะมีประสบการณ์มากกว่า
20	มีร้านใหม่ๆเกิดขึ้นมาเยอะทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นและร้านอื่นๆคงจะไม่แตกต่างกันมาก
21	น่าจะเป็นที่พนักงานที่มาอยู่ใหม่ไม่มีประสบการณ์ พอทำได้ไม่นานก็ลาออกไปอยู่ที่ใหม่ๆ อาจจะทำให้ข้อเสนอที่ดีกว่าทางร้านเรา และคงไม่แตกต่างจากร้านอื่นมาก
22	น่าจะเป็นด้านพนักงานที่ทำงานมีน้อยไม่เพียงพอต่อปริมาณลูกค้า ทำให้ลูกค้ารอคิวนาน คงจะแตกต่างจากร้านอื่น เพราะเราเพิ่งเปิดได้ไม่นานทำให้พนักงานมาสมัครกับทางร้านน้อย
23	มีคู่แข่งเปิดเยอะมาก ทำให้ต้องมีการจัด Promotion ลดราคาตลอดซึ่งทำให้กำไรที่ได้ไม่มากนัก ร้านอื่นคงจะเจอแบบเดียวกัน เพราะบางร้านที่มีต้นทุนน้อยก็ทยอยปิดไปหลายราย

คนที่	คำตอบ
24	ช่วงนี้มีร้านสปาเปิดใหม่เยอะมาก บางที่ร้านมาแข่งกับเราเรื่องราคาด้วยความที่เรามีต้นทุนในการทำงานสูงบางครั้งจะลดลงไปแข่งกับเขาไม่ได้
25	ตอนนี้มีคู่แข่งพยายามที่จะทำตามแบบร้านเรา ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ลูกค้าเก่าๆ บางคนก็ย้ายไปเข้าร้านอื่นที่สะดวกกว่าอาจจะเป็นเรื่องการเดินทางด้วยประมานนี้
26	ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น บางที่การที่เรามีราคาคอร์สที่สูงเกินไปก็อาจจะเป็นจุดอ่อนได้ เพราะคู่แข่งที่เปิดใหม่ชอบสู้ด้วยการลดราคา
27	พนักงานยังไม่มีความเป็นมืออาชีพ เพราะเป็นคนในพื้นที่ และส่วนมากร้านอื่นจะมีจะมีหมอนวดที่เชี่ยวชาญมากกว่า ทำให้ลูกค้าติดมือ ร้านของเราจึงต้องอาศัยจากลูกค้าที่มาพัก
28	ร้านของเราตั้งอยู่ในรีสอร์ท โอกาสที่มีคนภายนอก นอกจากลูกค้าที่เข้ามาพักจะไม่ค่อยมี ซึ่งทำให้เสียโอกาสหากลูกค้าชาวจีนไป บางที่ร้านอื่นอาจจะดีกว่าทำเลที่ตั้งนี้แหละ
29	บุคลากรของร้านเราจะมีจำกัดทำให้การบริหารจะค่อนข้างลำบากบ้าง เพราะจะบริการลูกค้าไม่ทั่วถึง ซึ่งร้านอื่นเราไม่รู้ว่าเขาจัดการยังไงเราก็ตอบไม่ได้
30	น่าจะเป็นในเรื่องของประสบการณ์ของพนักงานที่ยังมีน้อยอยู่ ซึ่งบ่งร้านจะมีหมอนวดเก่งๆ อยู่หลายคน
31	คิดว่าน่าจะเป็นเรื่องของราคาในแพ็คเกจที่พัก ซึ่งค่อนข้างสูงพอสมควร ทำให้ลูกค้ามักจะไม่ค่อยรวมแพ็คเกจกับที่พัก
32	คิดว่าน่าจะเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวน้อย เพราะลูกค้าคนไทยไม่ค่อยเข้ามาใช้บริการ เพราะราคาค่อนข้างสูงเกินไปสักนิด บางร้านราคาไม่แพงก็เป็นอุปสรรคต่อการโฆษณาเราด้วย
33	มีคู่แข่งเกิดขึ้นมากมาย บางร้านก็พยายามจะจัดให้ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด และธุรกิจสปาจะเน้นลูกค้าที่รักสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันมีมากขึ้นแต่ลูกค้าก็มีทางเลือกมากขึ้นเช่นกัน
34	ร้านเรายังขาดพนักงานที่เก่งทำให้สูญเสียลูกค้าประจำไปบ้าง คงจะไม่แตกต่างจากร้านอื่นสักเท่าไร
35	คงไม่มีหรอก เพราะสปาเรามีมาตรฐานสูง ส่วนในเรื่องคู่แข่งก็ตัดไปได้เลย ไม่มีแน่นอน
36	จุดอ่อนที่เห็นได้ชัดเลยคือในเรื่องของพนักงานที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในการทำงานน้อยเพราะพนักงานใหม่มีจำนวนมาก ซึ่งคงไม่แตกต่างจากร้านทั่วไปเท่าไร
37	คาดว่าน่าจะเป็นชื่อเสียงของทางร้านที่ยังไม่เป็นที่รู้จักจากภายนอกมาพัก ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาพักมาใช้บริการมากกว่า
38	ร้านสปาอยู่ในโรงแรม ลูกค้าที่เข้ามาจะมีจำกัดบางกลุ่มและมีธุรกิจสปาเกิดขึ้น ภายนอกของโรงแรม ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งร้านภายนอกจะมีลูกค้าชาวจีนที่มากกว่า
39	น่าจะเป็นด้านที่จอดรถเพราะติดอยู่ในย่านแหล่งท่องเที่ยวมราตรีที่จอดรถจะจำกัดและย่านนี้จะมีธุรกิจสปาเปิดใหม่มากขึ้น ซึ่งธุรกิจสปาแถวนี้จะเจอปัญหาเดียวกันแทบทั้งนั้น
40	พนักงานยังไม่มี ความเชี่ยวชาญด้านภาษาเป็นอุปสรรคต่อการให้บริการชาวต่างชาติ ซึ่งจากที่ดูร้านอื่นก็เจอปัญหาแบบเดียวกันกับร้านเรา
41	ข้อด้อยของทางร้าน คือ เรื่องภาษาในการคุยกับลูกค้า ที่เป็นชาวต่างชาติสาเหตุเป็นเพราะ

คนที่	คำตอบ
	ตำแหน่งที่ตั้งของร้านอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว หลายครั้งที่หมอมหรือพนักงาน ทำไม่ตรงกับที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ลูกค้าไม่พอใจ ซึ่งข้อด้อยในข้อนี้คิดว่าร้านอื่นก็ประสบปัญหาคล้ายๆกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าแต่ละร้านจะมีมากหรือน้อย เพราะนักท่องเที่ยว เขาไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษ เป็นทุกประเทศ เช่นหากทัวร์จีนมาลง แะเลยสื่อสารไม่เข้าใจเป็นส่วนใหญ่
42	จุดอ่อนพนักงานของเรามีปัญหาเรื่องภาษา เพราะย่านที่ตั้งของร้านเป็นย่านที่นักท่องเที่ยว จะมีคนต่างชาติเยอะเวลาที่ลูกค้าต่างชาติเข้ามา ขอใช้บริการจะสื่อสารกับพนักงานไม่ค่อยรู้เรื่อง แต่ร้านอื่นยังพอคุยได้บ้างอาจเพราะเขาเปิดมานานกว่า
43	เรื่องของความเข้าใจในการทำสปา มือ + เล็บ เพราะคนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจวิธีการทำสปา มือ + เล็บ จึงไม่ค่อยให้ความสนใจมากนัก
44	จุดอ่อนของทางร้านคือ เรื่องของจำนวนพนักงานที่มีน้อยกว่าร้านอื่น ทำให้เสียโอกาสในการให้บริการลูกค้าไป เพราะบางรายมารอคิวนานก็จะไม่เข้ามาอีก
45	ข้อด้อยของร้าน บุคลากรฝ่ายปฏิบัติ หรือหมอนวดมีจำนวนน้อย หากลูกค้ามาใช้งาน แตกต่างจากร้านอื่นๆ เพราะทุกวันจะมีปัญหาเรื่องจำนวนหมอนวดมาก
46	จุดอ่อนหรือข้อด้อยของร้าน ด้อยความที่ร้านพยายาม เป็นร้านที่เพิ่งเริ่มธุรกิจด้าน สปา ดังนั้นทางร้านจึงขาดประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินงาน ส่งผลต่อการดำเนิน ธุรกิจของร้าน ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่นๆ ตรงที่ร้านอื่นเปิดดำเนินธุรกิจมานานแล้ว มีประสบการณ์การดำเนินงานกิจกรรมก่อนจึงสามารถบริหารจัดการได้เพราะมีฐานลูกค้าเดิม เป็นของตัวเองอยู่แล้ว
47	เป็นในเรื่องของราคาที่เราจะค่อนข้างสูงกว่าทุกร้าน ทำให้ลูกค้าเลือกเข้าร้านอื่นมากกว่า
48	คู่แข่งที่เกิดขึ้นใหม่ จะมาสู้กับร้านของเราในเรื่องของราคาทำให้บางครั้งลูกค้ามีการเปลี่ยนไปใช้บริการ ร้านอื่นซึ่งผลตรงนี้กระทบกับเราบ้างเล็กน้อย
49	จุดอ่อนของทางร้าน คือ เรื่องของห้องที่มีให้บริการค่อนข้างน้อย ความสำเร็จตอนเปิด ให้บริการใหม่ๆ ห้องของเรามีให้บริการเกินพอ แต่พอเปิดได้ 6 เดือน ลูกค้าเริ่มเยอะมากทำให้ห้องไม่เพียงพอโดยเฉพาะช่วงเย็นของวันธรรมดา และช่วงเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุด ตามปฏิทิน ที่คิดว่าเป็นจุดอ่อนเพราะหากมีการขยายห้องขยายร้านขยายสาขาจะทำให้รายได้ของร้านเพิ่มมากขึ้น ลูกค้าก็จะอยู่กับเราตลอดไปเพราะพอห้องเต็มลูกค้าจะไม่รอ และไปใช้ร้านอื่นแทน
50	ร้านเราเปิดบริการใหม่ทำให้ร้านไม่เป็นที่รู้จักต่อลูกค้า ในขณะที่บางร้าน เปิดกิจการย่นนี้มานานจะเป็นที่รู้จักของลูกค้าจึงทำให้ต้องลงทุนสูง
51	ราคาสำหรับการให้บริการนวด สปา จะสูงกว่าร้านอื่นๆ หรือคู่แข่งในบริเวณย่านเดียวกัน เนื่องจากต้องการคิดลูกค้าเป็นกลุ่ม Hi- End ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่มาจากใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของร้านเป็นการยกระดับคุณภาพของร้าน ซึ่งร้านอื่นในละแวกนี้ค่อนข้างจะมีค่าบริการที่ถูกกว่าเรา
52	การลงทุนในธุรกิจสปาเพื่อสร้างศักยภาพ ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ในส่วนของการ

คนที่	คำตอบ
	ตกแต่งและการบริหารงาน จำเป็นต้องจ้างมืออาชีพเข้ามาเพื่อควบคุมดูแลการทำงานต่างๆ ซึ่งบางร้านจะทำแบบเรียบง่ายแต่เราต้องการศักยภาพในการทำงาน จึงจำเป็นต้องทำแบบนี้
53	ราคาและการบริหารงาน ซึ่งร้านของเราเป็นร้านเล็กๆ การบริหารงานอาจจะยังสู้ร้านใหญ่ๆ ไม่ได้ในบางครั้ง ราคาคอร์สของร้านเราก็จะมีราคาที่สูงกว่าร้านทั่วไปอยู่บ้าง
54	ด้วยความที่ลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ บางครั้งก็เป็นอังกฤษ อเมริกา อย่างนี้เราและพนักงานพอจะสื่อสารกับเขาได้ แต่ถ้านักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นคนจีน เกาหลี หรือสเปน ลูกค้าสื่อสารกับเราลำบากเราก็จะสื่อสารกับลูกค้าลำบาก เช่นกัน เพราะฉะนั้นจุดอ่อนของเราคือเรื่อง ภาษา ซึ่งร้านบริเวณนี้ก็เจอปัญหาแบบเราคือพูดอังกฤษได้ แต่ภาษาอื่นๆ ไม่ได้ทำให้ร้านเราขาดรายได้ไป
55	เรื่องของคู่แข่งที่เป็นในย่านนี้มีเยอะทำให้ ลูกค้ามีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น ซึ่งบางร้านเค้าจะมีเทคนิคในการดึงดูดลูกค้าแตกต่างกันไป ทำให้ร้านเราโดนแย่งลูกค้าพอสมควร
56	ประสบการณ์ของคนบริหารงานยังขาดประสบการณ์ในการบริหารงานอย่างมากทำให้ จักรระบบระเบียบของร้านรวมทั้งอบรมเด็กพนักงานที่มาใหม่ไม่เต็มที่ ซึ่งบางร้านเค้าจะมีความเป็นมืออาชีพมากกว่า
57	บ้านประเทศของไทยสปปา ยังขาดบุคลากรในส่วนของผู้ดูแลกิจการที่มีประสบการณ์สูง มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจสปปา เพื่อมาวางระบบสร้างแผนงานและการบริหารงานในส่วนต่างๆ นอกจากนี้ในระดับปฏิบัติงานก็มีปัญหาเนื่องจาก ปัจจุบันธุรกิจสปปาเกิดขึ้นมากมาย ทำให้บุคลากรขาดแคลน
58	ยังขาดคนบริหารงานยังขาดประสบการณ์ในการบริหารงานอย่างมากทำให้จักระบบระเบียบของร้าน เพราะทำให้บริหารร้านได้ไม่เต็มที่
59	คู่แข่งจะแข่งกับเราในเรื่องของราคาบางทีคอร์สเดียวกัน คู่แข่งอาจจะตั้งราคาที่ถูกกว่าทำให้เราเสียลูกค้าตรงนี้ไปมาก
60	จุดอ่อนของร้าน เท่าที่ดูตอนนี้คิดว่าไม่มีแล้วนะ แต่ถ้าเป็นคู่แข่งชั้นตอนนี้ร้านเปิดเยอะมาก เพราะคนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน
61	อาจจะเป็นในเรื่องของที่จอดรถ เพราะจอดได้ประมาณ 5 – 6 คัน จะรองรับลูกค้าไม่มากซึ่งอยู่ในแหล่งชุมชนทำให้มีพื้นที่ไม่มากเท่าไร ซึ่งบางร้านจะมีที่จอดมากกว่า
62	ในเรื่องของประสบการณ์ของการเป็นธุรกิจซึ่งเรามีประสบการณ์น้อย ซึ่งตรงนี้ทางร้านอื่นจะได้เปรียบ เรามากกว่า เพราะทีมงานมีประสบการณ์มาก
63	ที่จอดรถยังนอนไปนิด ทำให้รองรับลูกค้าได้น้อยกว่าที่ควรจะได้ ซึ่งบางร้านจะได้เปรียบตรงที่จอดรถทำให้ลูกค้าเลือกที่จะไปใช้บริการร้านนั้นๆมากกว่า
64	เรื่องของทำเลที่ตั้งอยู่ในซอยค่อนข้างยากต่อการมองเห็น ทำให้ลูกค้าที่มาส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ ลูกค้าขาจร ไม่ค่อยมี ซึ่งร้านอื่นอยู่ต่อถนนและมักจะได้เปรียบกว่า
65	เรื่องของคู่แข่งที่เป็นในย่านนี้มีเยอะทำให้ ลูกค้ามีทางเลือกในการใช้บริการมากขึ้น ซึ่งบางร้านเค้าจะมีเทคนิคในการดึงดูดลูกค้าแตกต่างกันไป ทำให้ร้านเราโดนแย่งลูกค้าพอสมควร
66	เป็นเรื่องของคู่แข่งชั้นที่เปิดขึ้นมาแล้ว ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่จะไปใช้บริการร้านอื่น

คนที่	คำตอบ
	เพราะอาจจะเป็นเรื่องของราคาที่เราถูกกว่าร้านของเรา ซึ่งร้านเล็กๆ ที่เน้นราคาถูกอาจจะคุณภาพไม่ดีก็ได้
67	มีร้านสปาเปิดใหม่มาก ลูกค้าจะเลือกใช้บริการได้หลากหลายมากขึ้นลูกค้าจะลองเปลี่ยนไปทุกร้าน ทำให้ลูกค้าเสียลูกค้าไปเลย
68	มีร้านใหม่มากมายในชลบุรี ลูกค้ามีทางเลือกที่จะทำ สปาร้านอื่นนอกจากร้านของเรา ทำให้สูญเสียลูกค้าพอสมควร
69	ข้อด้วย ร้านเพิ่งเปิดใหม่ ลูกค้ายังไม่ค่อยรู้จัก ซึ่งร้านอื่นในพื้นที่ใกล้ๆ เราเขาเปิดมานานแล้วฐานลูกค้าเขาเยอะ เพราะฉะนั้นเราจะไม่ค่อยมีลูกค้า
70	มีร้านที่เปิดใหม่มาสู้กับเรา ร้านของเราในเรื่องของราคา ทำให้บางครั้งลูกค้าจะเลือกไปใช้บริการร้านนั้นๆ ทำให้บางวันลูกค้าขาจร จะไม่ค่อยมีจะมีแต่ลูกค้าประจำที่เข้าใช้บริการกับทางเรา
71	จุดอ่อนพนักงานของเรามีปัญหาเรื่องภาษา เพราะย่านที่ตั้งของร้านเป็นย่านที่นักท่องเที่ยวจะมีคนต่างชาติเยอะเวลาที่ลูกค้าต่างชาติเข้ามา ขอใช้บริการจะสื่อสารกับพนักงานไม่ค่อยรู้เรื่อง แต่ร้านอื่นยังพอคุยได้บ้างอาจเพราะเขาเปิดมานานกว่า
72	ราคาค่อนข้างสูงเพราะลูกค้าของเราเป็นระดับหนึ่งเป็นกลุ่มน้อยซึ่งแตกต่างจากที่อื่น ที่อื่นราคาค่อนข้างถูก แต่เราก็พยายามแก้ไขเอาจุดเด่นมาสู้กับคู่แข่งของเรา
73	คิดว่าน่าจะเป็นย่านนี้มีคู่แข่งมาก ซึ่งบางครั้งจะมีการซื้อเชิญลูกค้าด้วย ราคาที่ลูกค้าน่าจะจะเป็นปัญหาเดียวกันทุกๆ ร้าน
74	พนักงานออกบ่อย อยู่ได้ประมาณ 1 เดือนก็ลาออก ซึ่งร้านอื่นๆ จากการสำรวจก็ไม่ค่อยย้ายไปไหน ทำงานเต็มตลอด แต่ของร้านเราย้ายตลอด
75	จุดอ่อน พนักงานค่อนข้างน้อยเพราะเวลาที่ช่วงที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการร้าน จะเต็มทุกที่นั่ง หมอไม่พอ ซึ่งร้านอื่นๆ มีหมอมากกว่าเรา
76	อาจจะเป็นในเรื่องของที่จอดรถ เพราะจอดได้ไม่มากนัก จะรองรับลูกค้าไม่มากซึ่งอยู่ในแหล่งชุมชนทำให้มีพื้นที่ไม่มากเท่าไร ซึ่งบางร้านจะมีที่จอดรถมากกว่า
77	จุดอ่อนของทางร้านคือ เรื่องของจำนวนพนักงานที่มีน้อยกว่าร้านอื่น ทำให้เสียโอกาสในการให้บริการลูกค้าไป เพราะบางรายมารอคิวนานก็จะไม่เข้ามาอีก
78	ร้านเราเปิดบริการใหม่ทำให้ร้านไม่เป็นที่รู้จักต่อลูกค้า ในขณะที่บางร้าน เปิดกิจการมานานจะเป็นที่รู้จักของลูกค้าจึงทำให้ต้องลงทุนสูง
79	จุดอ่อน พนักงานย้ายบ่อย พอนวดเก่งหน่อยก็เริ่มย้ายออก ในเดือนนี้รับเข้ามา 2 คน มีย้ายออก 1 แต่พนักงานของเราเก่งและมีคุณภาพ ร้านอื่นๆ ก็คงประสบปัญหาเดียวกันกับเรา
80	จุดอ่อนของสปากรีน พนักงานสื่อสารไม่รู้เรื่องกับลูกค้าทำให้บางครั้งเราต้องปฏิเสธลูกค้า
81	จุดด้อยของร้านคือ เรื่องการที่ร้านเปิดบริการใหม่ ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักต่อลูกค้าในขณะที่คู่แข่งที่เปิดกิจการในบริเวณย่านนี้มีอยู่แล้ว ลูกค้าจึงรู้จักร้านอื่นมากกว่า
82	ความใหม่ของสปา คือจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจสปา เนื่องจากขาดประสบการณ์ เรื่องการบริหารจัดการ ซึ่งแตกต่างจากร้านอื่น ที่เปิดมานานแล้ว ทำให้การบริหารจัดการง่าย

คนที่	คำตอบ
	ประสบการณ์การจัดการมากกว่า
83	จุดอ่อน คือ พนักงานอ่อนเรื่องของภาษาอังกฤษ เวลาติดต่อกับลูกค้าโดยเฉพาะ ลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติจะมีปัญหามาก ซึ่งคิดว่าร้านอื่นน่าจะมีปัญหาด้วยเหมือนกัน
84	เรื่องภาษาของพนักงาน เพราะทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว พนักงานส่วนใหญ่รู้ภาษาอังกฤษแบบพื้นฐานเท่านั้น ซึ่งคิดว่าร้านอื่นๆ ก็น่าจะประสบปัญหาเดียวกันกับเรา
85	จุดอ่อน คือ พนักงานอ่อนเรื่องของภาษาอังกฤษ เวลาติดต่อกับลูกค้าโดยเฉพาะ ลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติจะมีปัญหามาก ทำให้การบริการร้านไม่เต็มร้อย ซึ่งน่าจะทำได้ดีกว่านี้คู่แข่งชั้นเราอย่างร้านใกล้เคียง เขามีการอบรมภาษาอังกฤษให้พนักงานด้วย
86	จุดอ่อนของร้าน คือ ที่จอดรถค่อนข้างน้อย ลูกค้าหลายคนบ่นว่าเวลามาถ้าดูแล้วที่จอดรถเต็มทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ ไปนวดร้านอื่นแทน ซึ่งจุดนี้ร้านเราต่างจากร้านอื่นๆ ร้านอื่นมีที่จอดรถค่อนข้างเยอะ
87	จุดอ่อนของร้านจะเป็นเรื่องของการจอดรถที่มีค่อนข้างจำกัด ทำให้ลูกค้าที่จะเข้ามาพอไม่มีที่จอดก็จะไปร้านอื่น ทำให้เสียลูกค้าโอกาสตรงนี้ไป ซึ่งร้านอื่นเค้าจะจัดที่จอดรถมากยอมเสียพื้นที่ไปที่จอดรถซะมากกว่า
88	เป็นเรื่องร้านคู่แข่งที่มักจะออกคอร์สเดียวกันแต่ให้บริการที่ลูกค้าดีกว่า และ จะเน้นบริการลูกค้ามากกว่า คุณภาพ ซึ่งบางครั้งลูกค้าที่เข้าไปไม่ได้ช่วยบำบัดเท่าไร แต่ทางร้านเราจะช่วยบำบัดได้แน่นอน
89	สภาวะเศรษฐกิจตอนนี้ แย่แน่ ทำให้ลูกค้าหันมาทำสปากันน้อย เพราะรายจ่ายแต่ละเดือนบางคนอาจจะไม่พอที่จะมาทำ สปากับทางร้านเรา ลองสอบถามร้านอื่นๆ ดู ก็จะประสบปัญหาเดียวกันกับร้านเรา
90	จุดอ่อนจะเป็นเรื่องของราคา เพราะร้านเราตั้งราคาไว้สูง เพราะเราจะทำให้เห็นว่าร้านเราสปาของเรามีมาตรฐานที่สูง อาจทำให้ลูกค้าบางกลุ่มไม่เข้าใช้บริการ ซึ่งร้านอื่นจะเน้นปริมาณลูกค้ามากกว่า
91	คู่แข่งที่เปิดมาใหม่ ในเรื่องของประสบการณ์อาจจะสู้ร้านอื่นไม่ได้ และมักจะลดราคาเพื่อมาแข่งกับร้านอื่น จนลูกค้ารายย่อย หันไปใช้บริการร้านคู่แข่ง จะทำให้เราขาดรายได้ไปบ้าง ซึ่งคงไม่แตกต่างจากร้านอื่น
92	จุดอ่อนจะเป็นเรื่องของราคา เพราะร้านเราตั้งราคาไว้สูง เพราะเราจะทำให้เห็นว่าร้านเราสปาของเรามีมาตรฐานที่สูง ซึ่งอาจจะทำให้รายได้น้อยกว่าที่ควรจะเป็น
93	ร้านเราตกแต่งแบบธรรมชาติทำให้ลูกค้า รู้สึกสบายเหมือนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ มีห้องนวดให้เลือกหลายแบบตามความต้องการ ซึ่งบางร้านจะเป็นโมเดิร์น ทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกร้อนคลายเท่ากับร้านเรา
94	เป็นเรื่องของพนักงานที่เข้ามาทำการนวดกับทางร้านมีประสบการณ์น้อยทำให้บริการกับลูกค้าได้ไม่ค่อยดี ทำให้ลูกค้าบางคนไม่พอใจกับการบริการของเรา
95	คู่แข่งที่เกิดขึ้นใหม่ จะมาสู้กับร้านของเราในเรื่องของราคาทำให้บางครั้งลูกค้ามีการเปลี่ยนไปใช้บริการ ร้านอื่นซึ่งผลตรงนี้กระทบกับเราบ้างเล็กน้อย

คนที่	คำตอบ
96	เป็นเรื่องของราคา และ ประสบการณ์ ในการบริการราคานั้น ร้านเราค่อนข้างสูงทำให้ลูกค้าบางคนอาจจะเมินการทำสปาไป ส่วนประสบการณ์ จะทำให้งานยังไม่ค่อยมีระบบมากนัก
97	จุดอ่อนในเรื่องของราคาที่สูงกว่าร้านทั่วไป ทำให้ลูกค้าจะเลือกใช้บริการร้านที่ถูกกว่า ทำให้เราเสียลูกค้าไป แต่ลูกค้าที่ไม่ค่อยพอใจ ในคุณภาพของร้านอื่นก็จะกลับมาหาเรา เพราะร้านของเรามีคุณภาพที่ดีกว่า
98	จุดอ่อน ราคาคอร์สที่ค่อนข้างสูงกว่าราคาตลาดแต่จะได้ ผลที่ดีกว่าราคาตลาด เพราะเราจะมีคุณภาพมากกว่าร้านทั่วไป
99	จุดอ่อนคงจะไม่มีนะ แต่ ถ้าสิ่งที่ทำให้ประสบปัญหา คือสภาวะเศรษฐกิจ ชบเซา ผู้คนไม่ค่อยเที่ยว ทำให้ ยอดการใช้บริการสปาตกลงไปมาก ตรงนี้คือ ปัญหาสำคัญ
100	เป็นราคาของทางร้านที่ตั้งไว้สูงกว่า ร้านเล็กๆ ทั่วไป เพราะร้านของเรามีราคาที่สูง ทำให้จำกัดกลุ่มลูกค้า เฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น แต่ร้านของเรามีราคาที่สูงทำให้จำกัดกลุ่มลูกค้า เฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น แต่ว่างเล็กๆ ก็จะได้ลูกค้ากลุ่มไป ซึ่งตรงนี้ก็กำลังแก้ปัญหาอยู่

### 3. ท่านมีวิธีการบริหารจัดการธุรกิจร้านสปาของท่านอย่างไร

คนที่	คำตอบ
1	จัดอบรมพนักงาน เกี่ยวกับวิธีการนวดสปา มีการสอนภาษาด้วยเพื่อบริการชาวต่างชาติ หลังจากใช้วิธีนี้ ทำให้มีลูกค้าชาวต่างชาติ เพิ่มขึ้นจากเดิมและสมุนไพรที่ใช้ก็จะทำขึ้นพิเศษเป็นสูตรของทางร้านเรา
2	มีการจัดการอบรมพนักงาน และพาพนักงานไปเที่ยวในวันหยุด เพื่อนสานสัมพันธ์กับพนักงาน ให้ทำงานกับเราอย่างมีประสิทธิภาพ ความแตกต่าง จากการทำแบบนี้ ทำให้พนักงานอยู่กับเรานานส่วนสมุนไพรที่ใช้คล้ายๆกับร้านอื่น
3	การบริหารจัดการทางร้านเรา จะมีแต่พนักงานที่มีความชำนาญในการให้บริการลูกค้า และจะมีคนคอยดูแลร้านและพนักงานคอยดูแล ก็ใช้วิธีนี้ เพื่อควบคุม พนักงานให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและต้อนรับลูกค้าด้วยความเต็มใจ ผลที่ได้คือ พนักงานทุกคน มีความเอาใจใส่ลูกค้ามากขึ้น และลูกค้าก็พอใจกับบริการนี้มาก ความแตกต่างที่เกิดขึ้น คือ ลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าเดิม สมุนไพรที่ใช้เหมือนทั่วไป แต่จะเน้นคุณภาพพนักงานมากกว่า
4	ใช้หลักการบริหารงานแบบมีอาชีพ มีการแบ่งหน้าที่ภายในร้านอย่างชัดเจน ผลที่ได้คือ ความน่าเชื่อถือที่ลูกค้ามีต่อทางร้านมากขึ้น ส่วนเรื่องยาสมุนไพรแท้ก็มีสรรพคุณ ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ
5	มีผู้จัดการร้านคอยดูแล เพื่อให้ร้านมีระบบระเบียบ มีการจัดสัมมนาเพื่อสานสัมพันธ์พนักงานให้มีความรักต่องานที่ทำ หลังจากจัดการแบบนี้ทำให้ร้านสปาของเรามีระเบียบมาก ได้รับคำชื่นชมจากลูกค้ามากขึ้น ส่วนเรื่องสมุนไพร เราจะมีทีมงานเชี่ยวชาญ สรรหาสมุนไพรชั้นดีอยู่เสมอ

คนที่	คำตอบ
6	มีการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยการจัดอบรมพนักงานให้รักและเข้าใจ ในการบริการ หลังจากพนักงานเข้าใจในการทำงาน ทำให้ลูกค้ามีความประทับใจต่อบริการของทางร้านเรา สมุนไพรก็จะเป็นสมุนไพรไทยแท้ๆในการนวด
7	เราจะอบรมพนักงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการที่ถูกวิธีกับสปาแบบนี้ เราจะมีผู้จัดการร้านคอยแนะนำว่า สปาผมคืออะไร เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจมากขึ้น ผลคือมีลูกค้ามาทดลองใช้แล้วก็เข้าใจในคอร์สนี้มากขึ้น สมุนไพรที่ใช้กับเส้นผมก็จะมีคุณภาพและไม่เป็นอันตรายต่อเส้นผม
8	ทางร้านเราเน้นความสะอาดของร้านและเน้นอบรมมารยาทของพนักงาน หลังจากอบรมพนักงานจนเชี่ยวชาญ ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการสปาที่ทางร้านเรามากขึ้น ในเรื่องของยานวด น้ำมันหอมระเหยก็จะใช้ผลิตภัณฑ์ ตามเกณฑ์มาตรฐานที่ให้ใช้ในสปาได้
9	เราจะเน้นพนักงานที่มีคุณภาพ เชี่ยวชาญ ในด้านการทำเล็บโดยตรงและอบรมพนักงานให้มีความสุภาพกับลูกค้า ผลที่ได้รับ ทำให้ลูกค้าชมว่า ร้านนี้ทำดี พนักงานน่ารัก ทางเราใช้ผลิตภัณฑ์จากอเมริกาและ OPI USA
10	การบริหารของทางร้านจะเน้นที่คุณภาพของพนักงานที่ให้บริการจะคัดเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านกรนวดเป็นพิเศษ ผลที่ได้จะมีเสียงตอบรับของลูกค้าค่อนข้างดี ส่วนในเรื่องน้ำมันที่ใช้จะเน้นที่นวดผ่อนคลายไม่ค่อยมีสมุนไพรมากนัก
11	การบริหารเราจะใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านการนวดมาอบรมให้พนักงานและเรามีสวัสดิการให้พนักงานเต็มใจทำงานอย่างเต็มที่ ผลที่ได้รับคือ ลูกค้าพอใจและประทับใจในบริการของเรา มากๆ และที่สำคัญสมุนไพรจะใช้สมุนไพร เกรด A เท่านั้น
12	มีการจัดทำคอร์สพิเศษสอนให้กับพนักงานทุกคน โดยเฉพาะพนักงานที่เข้ามาใหม่ ซึ่งจะให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกวิธี ผลที่ได้รับก็คงจะเป็นจำนวนลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่วนสมุนไพรทางเราจะไม่ใช้
13	มีการให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงส่วนบกพร่อง ซึ่งลูกค้าที่กลับมาใช้บริการ ก็ดูจะประทับใจมากขึ้น ผลที่ได้รับคือ มีคนเข้ามามากขึ้น และที่สำคัญน้ำมันที่ใช้จะเหมาะสมทุกสภาพผิว
14	มีการจัดอบรมพนักงานและเทรนพนักงานทุกเข้าก่อนเปิดร้าน ความแตกต่างคือพนักงานทุกคนมีความเข้าใจในงานที่ต้องทำในแต่ละวัน ผลที่เกิดขึ้นคือมีความประทับใจต่อลูกค้า ทำให้ลูกค้าใช้บริการมากขึ้น เรื่องน้ำมันหอมระเหยจะเป็นสูตรเฉพาะของทางร้าน กลิ่นหอม ผ่อนคลาย คงจะแตกต่างจากร้านอื่นบ้าง
15	จะเน้นในมาตรฐานของการบริการของพนักงาน มีการจัดอบรมพนักงานทุกอาทิตย์ เพื่อให้เข้าใจในมาตรฐานการบริการที่ควรให้การบริการแก่ลูกค้า หลังจากใช้วิธีนี้ พนักงานบริการลูกค้าได้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ลูกค้าจะเกิดความประทับใจในการบริการ เรื่องน้ำมันหอมระเหยจะใช้สมุนไพรแท้ที่เตรียมไว้มาทำแตกต่างจากร้านอื่นตรงวัตถุดิบที่ใช้ทำน้ำมันหอมระเหย
16	มีการสอนภาษาให้กับพนักงาน เพื่อให้สนทนากับลูกค้าชาวต่างชาติได้ หลังจากที่ได้จัดอบรม

คนที่	คำตอบ
17	แบบนี้ทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติประทับใจมากขึ้น สมุนไพรที่ใช้จะเน้นสมุนไพรไทยทั้งหมด มีการคัดพนักงานที่มีคุณภาพเชี่ยวชาญด้านการนวดพร้อมทั้งอบรมพนักงานให้มีคุณภาพ พุดจาไฟเราะ ผลที่ได้รับคือลูกค้าบอกต่อกันจนมีคำชมมาถึงทางร้าน จะใช้ยานวดแผนโบราณที่จะช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อ แต่คงไม่แตกต่างจากร้านอื่น
18	เราจะเน้นในด้านบรรยากาศ ความสงบและการต้อนรับลูกค้า จัดร้านให้ดูเรียบง่ายเหมาะสมสำหรับพักผ่อน หลังจากการจัดร้านให้มีความเป็นธรรมชาติมากที่สุด ลูกค้าตอบรับดีมาก เย้ยปากว่าบรรยากาศดี ทำให้มีการบอกต่อให้มาใช้บริการมากขึ้น ใช้ผลิตภัณฑ์พิเศษสั่งมาจาก จ.สุพรรณบุรี
19	พยายามหาผู้เชี่ยวชาญมาร่วมบริหารงานกับทางร้าน ตอนนี้อยู่แล้วนะที่ร้าน หลังจากที่ได้เข้ามาบริหารงานร้านก็มีคนสนใจมากขึ้น ส่วนเรื่องสมุนไพร จะใช้สมุนไพรท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้
20	มีการอบรมพนักงานทุกเช้าก่อนจะเปิดทำการ เพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการกับลูกค้า ผลตอบรับดีมาก ลูกค้าทุกคนพอใจ ใช้น้ำมันหอมระเหยที่มีคุณภาพ และใช้ในธุรกิจสปาเท่านั้น
21	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทางร้านจะอบรมพนักงานถึงเรื่องความเอาใจใส่รายละเอียดลูกค้าทุกราย และจะเข้มงวดกับกฎระเบียบของทางร้านมากๆ</li> <li>- หลังจากใช้วิธีนี้พนักงานทุกคนจะบริการลูกค้าได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น</li> <li>- เรื่องสมุนไพรที่ใช้ก็จะใช้ตามท้องตลาดที่มีคุณภาพสูง</li> </ul>
22	ทางร้านจะมีเปอร์เซ็นต์นอกจากเงินเดือน และมีการอบรมพนักงานทุกวันตอนเช้า ก่อนเข้างาน ความแตกต่างหลังจากใช้วิธีนี้ ทำให้พนักงานตั้งใจทำงานมากขึ้น ทำให้ลูกค้าชอบที่จะมาใช้บริการ และที่สำคัญน้ำมันหอมระเหยที่ใช้จะมีกลิ่นหอมพิเศษ
23	ทางร้านของเราจะมีการจัดระบบสมาชิกอย่างดี มีการโทรเข้ามาจองคิวในส่วนของสมาชิก และสามารถที่จะเลือกพนักงานนวดเก่งตามความต้องการของลูกค้า เพราะลูกค้าบางคนจะชอบนวดกับครอบครัว ผลที่ได้รับ ลูกค้าประทับใจในบริการแบบนี้มาก ในด้านของน้ำมันก็จะมีความพิเศษตรงที่มีกลิ่นหอมเฉพาะสูตร
24	เรามีการส่งพนักงานประจำไปเรียนคอร์สนวดโดยเฉพาะ เพื่อกลับมาทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ร้านของเรามีลูกค้ามากขึ้น เพราะพนักงานที่ทำงานมีประสิทธิภาพ สมุนไพรก็จะใช้ของที่ตีมีคุณภาพเท่านั้น แต่ไม่ชอบบอกยี่ห้อ
25	ทางร้านเราบริการโดยให้ผู้จัดการร้าน ควบคุมทุกอย่างทั้งเรื่องของพนักงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์ พอเรามีผู้จัดการร้านก็จะเป็นระบบมากขึ้น ทำให้เรามีความเป็นมืออาชีพ ผลที่ได้รับกลับมาคือ ความน่าเชื่อถือที่มีต่อร้านของเรา ส่วนสมุนไพรหรือยาที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
26	มีการคัดสรรพนักงานตามหลักเกณฑ์ของวิชาชีพทางด้านนี้ บางครั้งพนักงานคนไหนไม่มีความรู้ เราก็จะให้ความรู้ความเข้าใจแก่คนนั้น หลังจากจัดบริหารแบบนี้ทำให้เรามีพนักงานที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการของเรา ส่วนสมุนไพรหรือยาจะใช้ตัวยาค

คนที่	คำตอบ
	ตามที่สปาส่วนใหญ่ใช้เหมือนกันไม่แตกต่าง
27	มีการจัดตำแหน่งชัดเจน คนดูแล พนักงาน แม่บ้าน แบ่งหน้าที่กันทำงาน หลังจากบริหารงานเข้าที่เข้าทาง ร้านก็จะมึระบบมากขึ้น ทำให้การบริการลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการนำเข้าน้ำมันมาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะแถบอินโดนีเซียที่ขึ้นชื่อเรื่องสมุนไพร
28	วางแผนร่วมกับพนักงานทุกคนมีการเทรนงาน สำหรับพนักงานมาใหม่ช่วยสอนการนวดอย่างถูกวิธี แต่ก่อนไม่มีการเทรนงานบางครั้งพนักงานก็ทำไม่ค่อยถูก แต่หลังจากมีการอบรม เทรนงานก็ทำให้เก่งขึ้น ลูกค้าประทับใจมากกว่าที่ผ่านมา ส่วนสมุนไพรที่ถามมาว่าใช้อะไร ก็จะใช้สมุนไพรไทยทั้งหมดในการนวดประคบสมุนไพร
29	เรามีกฎและข้อบังคับของทางร้านในการทำงานกับทางเรา เพื่อความเป็นระเบียบเกิดการเปลี่ยนแปลงตรงที่พนักงานทุกคนทำตามกฎของร้านอย่างเคร่งครัดทำให้ร้านมีความน่าเชื่อถือ ส่วนในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ก็จะเป็นสมุนไพรไทยทั่วไป แต่มีคุณภาพ
30	ทางเราจะเน้นในเรื่องของสถานที่ให้มีความสงบ ร่มเย็นสไตล์บาหลี และมีการพูดคุยกับพนักงานทุกคน ทั้งก่อนและหลังเลิกงาน จะทำให้พนักงานมีความรู้สึกรักในอาชีพนี้ และจะทำให้เกิดประสิทธิภาพต่อการให้บริการกับลูกค้า ทางร้านเราจะเลือกคัดสรรสมุนไพรพันธุ์ดีมาทำในร้านของเราเอง
31	เราจะให้พนักงานทุกคนดูแลลูกค้าของแต่ละคนโดยเฉพาะ เราจะมี การเลือกพนักงานทั้งบุคลิก หน้าตา และฝีมือในการนวด หลังจากทำแบบนี้พนักงานและลูกค้าต่างจะมีความสุขที่จะมารับบริการและใช้บริการอีกอย่าง เรามีสมุนไพรกับยาเฉพาะแต่ละบุคคล
32	ทางเราจะเน้นเรื่องความสะอาด และการดูแลพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญด้านการนวด โดยเฉพาะ หลังจากที่เราทำการบริหารแบบนี้ลูกค้าเข้ามาที่ร้านเยอะ และเราจะเลือกใช้ยานวดเป็นของเกรดระดับคุณภาพเท่านั้น
33	เราจะให้ความสำคัญด้านการบริการเป็นอันดับ 1 เราจะจัดอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น ผลตอบรับได้ดีมีลูกค้าชื่นชมกับการบริการของทางร้านเรามากกว่าเดิมและสมุนไพรและยาคงไม่แตกต่างจากร้านอื่นเท่าไร
34	มีการฝึกอบรมพนักงานให้ทำงานได้อย่างชำนาญและมีคุณภาพ เพราะถ้าเรามีการอบรมพนักงานก็จะทำให้พนักงานเก่งขึ้น บริการลูกค้าได้ดีมากขึ้น ผลที่เกิดขึ้นคือลูกค้าประจำมีเพิ่มมากขึ้นและร้านของเรายังมีสมุนไพรน้ำมันหอมให้เลือกหลายประเภท
35	บริหารงานอย่างมืออาชีพด้วยการมีบริการนวดถึงห้องพักของทางโรงแรมเลย ซึ่งผลตอบรับดีมาก บางครั้งลูกค้าก็ไม่ต้องการลงมาที่ร้านแต่จะโทรสั่งคอร์สมากกว่า บางครั้งมีโรมมาหอมๆ บริการด้วยทำให้รู้สึกผ่อนคลาย
36	ทางเจ้าของร้านจะบริหารตลอดเวลาดูแลร้านด้วยตัวเอง มีการพูดคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง ในเรื่องของพนักงานก็จะมีจัดอบรมให้มีความชำนาญเรื่องการนวดให้มากๆ ผลที่ได้รับคือตอนนี้พนักงานนวดเก่งๆมีหลายคน ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นและเรามีนวดพร้อมสมุนไพรไทยด้วย
37	การแยกโซนนวดน้ำมันนวดสมุนไพรห้องอบ ชัดเจน อบรมพนักงานให้พนักงานมีใจรักในการ

คนที่	คำตอบ
	ที่จะบริการลูกค้า ผลที่ได้ลูกค้าชื่นชมพนักงานว่าทำงานดีมีคุณภาพ ส่วนในเรื่องของสมุนไพร ก็จะเป็นตามท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
38	มีการอบรมพนักงานให้มีความสุภาพ มีการดูแลรักษาความสะอาดเสมอ ดูแลพนักงานอย่างดี และปลูกฝังจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อองค์กร หลังจากทำการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้าทั้งประจำและขาจรมาเพิ่มขึ้นกว่าเดิมและมักจะชอบมาใช้คอร์สอบรมสมุนไพรกับทางเรา เพราะทางเรามีสมุนไพรเฉพาะเลือกมากมาย
39	มีการจัดร้านให้น่ามองน่าเข้ามาพักผ่อน จัดอบรมพนักงานให้มีการบริการที่ดี ประชาสัมพันธ์ และออกแบบโปรโมชั่นใหม่เสมอๆ หลังจากใช้วิธีเหล่านี้ก็มีลูกค้าแวะเวียนเข้ามาเกินมากกว่าที่ผ่านมาและลูกค้ารู้สึกประทับใจมากๆ ในเรื่องสมุนไพรและน้ำมันระเหย เราจะสั่งมาจากร้านที่มีชื่อเสียง
40	มีการขายแฟรนไชส์ให้กับผู้สนใจจะเปิดร้านเพื่อกระจายจุดการบริการ มีผู้ร่วมลงทุนกับเรา เพื่อเสริมความมั่นคง จัดอบรมด้านภาษากับพนักงานเกี่ยวกับภาษาในชีวิตประจำวัน หลังจากใช้วิธีนี้ชาวต่างชาติมาใช้บริการมากขึ้นกว่าเดิมและมักจะชอบสมุนไพรที่ทางร้านมี ซึ่งเป็นสมุนไพรแท้ๆ
41	วิธีการบริหารจัดการธุรกิจ เน้นใช้วัตถุดิบในการบริหารที่คุ้มค่า มีการอบรมพนักงานให้มีความรักบริการจริงๆ ซึ่งเริ่มใช้การบริหารจัดการแบบนี้ตั้งแต่ร้านเปิด ครั้งแรกถึงปัจจุบันก็ยังใช้อยู่ อีกเรื่องคือการให้ค่าตอบแทนพนักงานเราเน้นการอยู่แบบพี่และน้อง การจ่ายค่าตอบแทน รายได้ แบ่งให้พนักงานตามเปอร์เซ็นต์ ที่ร้านกำหนด 50 เปอร์เซ็นต์ ต่อ 50 เปอร์เซ็นต์ เพราะหมอค่อนข้างย้ายบ่อยจะมีปัญหามาก โดยเฉพาะช่วง Hi – season ลูกค้าต่างประเทศ มาเยอะหากขาดหมอละแยม ส่วนเรื่องวัตถุดิบจากทางร้านจะใช้สมุนไพรที่ทำมาจากธรรมชาติ ส่วนนี้จะไม่มีการต่อรองซึ่งต่างจากคู่แข่ง
42	การบริหารจัดการร้าน คือ ให้ค่าตอบแทนพนักงานนวดค่อนข้างแฟล คือ 50 ต่อ 50 เนื่องจากเมื่อก่อนให้วันละ 200 ไม่มีค่า com ทำได้เงินค่าตอบแทนพนักงานน้อย พนักงานก็เลือกออกทำงานร้านอื่นแทน แต่พอปรับให้ค่าตอบแทนพนักงาน 50 ต่อ 50 แล้วพนักงาน ก็อยู่กับเราเหมือนเดิมส่วนพนักงานใหม่ก็มีเพิ่มขึ้น
43	เรื่องเราเป็นร้านเล็กๆ เราจะเน้นตัวพนักงานเป็นหลัก ว่าให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ลูกค้าคนไหนชอบแบบไหนต้องตามใจลูกค้า หลังจากที่ได้บริการแบบนี้ ทำให้ลูกค้ามาใช้ บริการกันมากขึ้น
44	มีการจัดให้พนักงานทำงานอย่างมีระบบโดยให้แบ่งหน้าที่ของแต่ละบุคคลว่าใครทำอะไรบ้าง โดยไม่มีการสับสนในการทำงาน หลังจากแบ่งหน้าที่กัน ทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการ ของทางร้าน แม้ว่าร้านจะเป็นร้านเล็กๆ ก็สามารถทำงานมีประสิทธิภาพได้
45	วิธีการบริหารจัดการร้านหม่มนวดแผนไทย ใช้วิธีการบริหารจัดการเรื่องคน (พนักงานนวด) เนื่องจากหมอนวดมีจำนวนจำกัดเรื่องค่าตอบแทนจึงสำคัญมาก เพื่อให้หมอนวดไม่ย้ายจาก เราไป อยู่กับเรานานๆ ทางร้านมีการแบ่งค่าตอบแทนให้พนักงาน 60 ต่อ 40 ทำให้หมอนวดอยู่กับเรานาน การใช้สมุนไพรทางร้านใช้วัสดุธรรมชาติ ซึ่งเหมือนกับร้านอื่นๆ ไม่ค่อยมีความ

คนที่	คำตอบ
	แตกต่างกันมากนัก
46	วิธีการบริการจัดการร้าน ปายาลา ด้วยที่ผลิตภัณฑ์ของร้าน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น น้ำมันหอมกลิ่นต่างๆ โคลนหมักและพรอกหน้าหรือตัว โลชั่นบำรุงผิว สมุนไพรบำรุงร่างกายมีความแตกต่างจากร้านอื่น เมื่อใช้แล้วไม่มีสารตกค้างในร่างกาย
47	มีการจ้างผู้บริการที่มีประสบการณ์สูงมาบริการงาน เพื่อสร้างระบบ ให้กับทางร้าน มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในขอบข่ายของงานที่ต้องทำ หลังจากนี้จัดการอย่างมีระบบทำให้ ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจ ในการทำสปามากขึ้น ผลตอบรับที่ได้คือ ลูกค้าสนใจในบริการของเรา มาก สมุนไพรที่ร้านใช้จะเป็นสมุนไพรไทยแท้ๆ ปราศจากการเคมีเจือปน
48	มีการจัดคอร์สบริการหลากหลาย เช่น สปาผม สปาหน้า นวดอโรมา นวดแผนไทย ผลคือลูกค้ามีการตอบรับที่ดีมากขึ้น หลังจากเราใช้วิธีนี้ทำให้เรียกลูกค้ากลับมาได้บ้าง สมุนไพรที่ใช้จะมีสมุนไพรไทย รวมทั้งน้ำมันหอมระเหยต่างๆ มากมายหลายชนิด
49	การบริการและจัดการร้าน พนักงานทุกหน้าที่ ทางร้านให้ความสำคัญมาก เช่น พนักงานทำความสะอาด พนักงานปฏิบัติหน้าที่นวด พนักงานต้อนรับ เราจะแยกส่วนกันและมีรายได้หลักให้หากรับลูกค้าเยอะเราจะมีเงินพิเศษให้ หรือแม้กระทั่งร้านด้วย ทำให้หมอที่เราฝึกการนวดไปแล้วลาออกเพราะงานหนักเกินไป จึงเปลี่ยนใหม่เป็นวิธีการข้างต้นซึ่งทำให้ร้านไม่มีปัญหาเรื่องของพนักงานอีกเลย
50	แบ่งพนักงานนวดตามความชำนาญของแต่ละคนมีการแยกส่วนชายหญิงชัดเจน เพื่อความเป็นส่วนตัวมีห้องนวดทั่วไป และห้องนวดแบบ วีไอพี หลังจากเปิดให้บริการก็มีคนเข้ามาใช้บริการมากขึ้นและ ชมว่าทางร้านจัดสัดส่วนอย่างดี ผลตอบรับ ค่อนข้างดี ทำให้พอจะสู้กับคู่แข่งได้ ส่วนสมุนไพรก็ใช้สมุนไพรธรรมชาติ ปลอดภัยและมีเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า
51	เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจโดยเฉพาะพนักงานนวดที่มีความสามารถจะช่วยรักษาลูกค้าไม่ให้ไปใช้งานบริการที่อื่น ดังนั้นธุรกิจจึงเน้นการบริการจัดการบุคลากรดังนี้ พนักงานทั่วไป เช่น บัญชี พนักงานต้อนรับ นอกจากจะให้ค่าตอบแทนรายเดือน แต่ทางร้านให้ยอดตามกำหนดลูกค้าด้วย ส่วนพนักงานนวดทางร้านให้ค่าตอบแทนเป็นค่าแรงประจำเดือนและให้ค่านวด (ค่ามือ) เป็นเปอร์เซ็นต์ 30 ของค่านวดเพิ่มเข้ามา ซึ่งพนักงานของเราไม่ค่อยย้ายออกเมื่อใช้กลยุทธ์นี้ ทำให้ทางร้านไม่มีปัญหาเรื่องหมอนวดและพนักงาน
52	ของเรา จะเน้น การลงทุนในการทำประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รู้จักและทราบข้อมูล เป็นการช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าอยากทดลองสินค้าด้วย มีหมวดการนวดทั้งหมด 4 แบบ และมีน้ำมันหอมต่างๆ เช่นมะนาว ส้ม มะลิ เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับลูกค้า ผลตอบรับจากการบริการที่หลากหลายทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการขึ้นกว่าเดิม
53	มีการอธิบายพนักงานการนวดให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ของการมาใช้บริการต่างๆในสปา เพื่อให้พนักงานนวดแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจให้คำแนะนำกับผู้ใช้ได้ ซึ่งลูกค้าพอใจ

คนที่	คำตอบ
	กับพนักงานนวดจากคนที่สามารถให้คำแนะนำกับพวกเขาได้ สมุนไพรที่ใช้จะเป็นสมุนไพรจากธรรมชาติแท้ๆ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าทุกคน
54	การบริการจัดการร้าน เจ้าของร้าน เข้ามาดูแลกิจการเองโดยช่วงแรกจ้างหมอนวดประจำให้ค่าแรงเป็นรายวันละ 400 ทำให้งานตั้งแต่ 10 โมง ถึง 20.00น. ให้ทานข้าวเที่ยง และ ข้าวเย็นจากที่ร้านทางร้านเตรียมให้ดูแลหมอนวดพนักงานทุกคนอย่างดีแต่บางครั้งหมอบางคนบริการลูกค้าแย่ และไม่คอยรับแขกเถียงกัน จึงมีการบริการจัดการใหม่โดย ไม่มีเงินประจำแต่ให้เป็น เปอร์เซ็นต์ 50 ต่อ 50 ยิ่งใครรับลูกค้ามากก็จะได้มากตาม และหมอบางคนมีการแสดงการนวดทำสปาได้ดีมากขึ้นเพื่อให้ลูกค้าติดใจและเรียกใช้เขาอีกครั้งซึ่งวิธีหลังประสบความสำเร็จมากยอดขายยกระดับเพิ่มขึ้นถึง 80 เปอร์เซ็นต์
55	ทางร้านเราจะมี พนักงานต้อนรับคอยสอบถามข้อมูลส่วนตัวที่จะเข้ามาใช้บริการ มีการแจ้งราคาและโปรโมชั่นของร้าน หลังจากวิธีนี้ลูกค้าก็เข้ามาใช้เยอะมากขึ้น รวมทั้งมีการจองคอร์สต่างๆล่วงหน้าด้วย
56	มีการคัดสรรผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ที่ปลอดภัยจากสารเคมี มีการให้คำแนะนำในการให้บริการคอร์สต่างๆ มีคู่มือเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการเข้ารับบริการ
57	วางตำแหน่งของสินค้าและบริการอยู่ในตำแหน่งการบริการดีเลิศ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้สมุนไพรให้แตกต่างจากร้านอื่นๆ ช่วงแรกๆ ผลตอบรับดีมากเนื่องจากร้านเป็นร้านแรกๆ ที่เน้นแบบนี้ แต่พอเปิดได้ 2 - 3 ปี เริ่มมีร้านอื่นๆ เลียนแบบเรา ทำให้ร้านเรากับร้านอื่นๆ ไม่มีความแตกต่างกันลูกค้าเก่าก็เปลี่ยนไปใช้บริการอื่นๆกันบ้าง
58	มีการลงทุนประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้จัก มีการอธิบายพนักงานการนวดให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ของการมาใช้บริการต่างๆในสปา เพื่อให้พนักงานนวดแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจให้คำแนะนำกับผู้ใช้ได้ ซึ่งลูกค้าพอใจกับพนักงานนวดจากคนที่สามารถให้คำแนะนำกับพวกเขาได้ สมุนไพรที่ใช้จะเป็นสมุนไพรจากธรรมชาติแท้ๆ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าทุกคน ผลที่ได้รับคือลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจในการเข้ามาทำสปากันมากขึ้น
59	ทางร้านเราจะมีผู้จัดการร้านเป็นคนคอยอบรมสอดส่องดูแลพนักงานแยกชุดฟอร์มระหว่างพนักงานนวดกับแม่บ้าน หลักจากมีคนมาคอยดูแลร้านระหว่างวันทำให้ทำงานเป็นระบบระเบียบมากขึ้น ลูกค้าที่เข้ามาก็จะมีคามพึงพอใจ
60	เราจะเน้นพนักงานทุกคนให้มีมาตรฐานในการบริการ มีการจัดส่วนการนวดของแต่ละประเภทเป็นห้องๆ ใช้วิธีนี้ลูกค้าประจำมาบ่อยมากเพราะว่าชอบที่พนักงานมาตรฐานดีมีฝีมือของพนักงานทุกคนไม่แตกต่างกันมาก
61	เราจะมีลูกค้ากรอกรายละเอียดส่วนตัว โรคประจำตัว ชอบความแรงแบบไหนในด้านจะเน้นความสุขภาพ เรียกลูกค้าคุณผู้หญิง คุณผู้ชาย ลูกค้าจะพอใจในความมีมารยาทของพนักงานและความใส่ใจของทางร้านมากๆ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ใช้เราจะใช้เป็นของทางสปาเอง
62	มีการจับผู้มีประสบการณ์เข้ามาดูแลและบริหารร้าน มีการจ้างพนักงานระดับปฏิบัติงานเข้า

คนที่	คำตอบ
63	มาทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ร้านเราจะแบ่งโซนชัดเจน ฝ้าทุกชนิดเราจะไม่มีการใช้ซ้ำ น้ำมันอโรมา และ สครับ มีให้เลือกกว่า 10 ชนิด กลิ่นหอมต่อตัวหลังจากบริหารแบบนี้ ลูกค้าชอบ ตัดใจเข้ามาใช้งานบริการกันมากขึ้น
64	มีการแยกโซนอย่างชัดเจน แต่ด้วยที่ร้านเราเล็ก ทำให้พนักงานจะต้องทำเป็นทั้ง 2 อย่าง แต่หลังจากเรารับคนเพิ่มเฉพาะแต่ละหน้าที่ไปลูกค้าก็รู้สึกว่ามีที่ขึ้นที่ไม่ต้องรอคิวนาน สมุนไพรที่ใช้ก็จะ เป็นแบบมีคุณภาพมากกว่าที่อื่น
65	ทางเราจะทำการเช็ค list style ของแต่ละคน เพราะแต่ละคนสไตล์ต่างกัน ก็ต้องการการนวดบำบัดที่ต่างๆ กันไป ซึ่งพอลูกค้าได้กรอกรายละเอียด ลงกับทางเราเราก็จะแนะนำคอร์สที่เหมาะสมให้ ซึ่งลูกค้าถูกใจ หลายคนมีการซื้อสมาชิกรายปีเพิ่มรายหลาย
66	ทางร้านเราจะมีพนักงานระดับปฏิบัติการ คอยบริการลูกค้าและแนะนำประโยชน์จัดส่วนการนวดของแต่ละประเภทเป็นห้องๆ ใช้วิธีนี้ลูกค้าประจำมาบ่อยมากเพราะว่าชอบที่พนักงานมาตรฐานดีฝีมือของพนักงานทุกคนไม่แตกต่างกันมาก
67	เราจะมี การสื่อถึงผลประโยชน์ของลูกค้าจะได้รับ สร้างจุดเด่นของสปาแต่ละตัว หลังจากเราบริหารงานแบบนี้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ ธุรกิจสปามากขึ้น และทราบถึงประโยชน์ทำให้ผลตอบรับค่อนข้างดี มีสมุนไพรไทยแท้ๆ ของทางเว็บไซต์
68	เราจะอบรมพนักงาน เน้นเรื่องของความสะอาดทั้งสถานที่และพนักงานเองด้วย ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการพักผ่อนเป็นที่สุด โดยลูกค้าหลายคนชมว่า ที่นี่สะอาด คุ้มค่าใช้บริการ
69	มีการลงทุนประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้จักการมาใช้บริการต่างๆ ในสปา เพื่อให้พนักงานนวดแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจให้คำแนะนำกับผู้ใช้ได้ ซึ่งลูกค้าพอใจกับพนักงานนวดจากคนที่สามารถให้คำแนะนำกับพวกเขาได้ สมุนไพรที่ใช้จะเป็นสมุนไพรจากธรรมชาติแท้ๆ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าทุกคน
70	มีการจ้างผู้บริการที่มีประสบการณ์สูงมาบริการงาน เพื่อสร้างระบบ ให้กับทางร้าน มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในขอบข่ายของงานที่ต้องทำ หลังจากการจัดการอย่างมีระบบทำให้ ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจ ในการทำสปามากขึ้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการของทางร้านมากขึ้น
71	เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจโดยเฉพาะพนักงานนวดที่มีความสามารถจะช่วยรักษาลูกค้าไม่ให้ไปใช้งานบริการที่อื่น ดังนั้นธุรกิจจึงเน้นการบริการจัดการบุคลากรดังนี้ พนักงานทั่วไป เช่น บุญชี พนักงานต้อนรับ นอกจากจะให้ค่าตอบแทนรายเดือน แต่ทางร้านให้ยอดตามกำหนดลูกค้าด้วย ส่วนพนักงานนวดทางร้านให้ค่าตอบแทนเป็นค่าแรงประจำเดือนและให้ค่านวด (ค่ามือ) เป็นเปอร์เซ็นต์ 30 ของค่านวดเพิ่มเข้ามา ซึ่งพนักงานของเราไม่ค่อยย้ายออกเมื่อใช้กลยุทธ์นี้ ทำให้ทางร้านไม่มีปัญหาเรื่องหมอนวดและพนักงาน
72	เนื่องจากบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจโดยเฉพาะพนักงานนวดที่มีความสามารถจะช่วยรักษาลูกค้าไม่ให้ไปใช้งานบริการที่อื่น ดังนั้นธุรกิจจึงเน้นการ

คนที่	คำตอบ
	บริการจัดการบุคลากรดังนี้ พนักงานทั่วไป เช่น บุญชี พนักงานต้อนรับ นอกจากจะให้คำตอบแทนรายเดือน แต่ทางร้านให้ยอดตามกำหนดลูกค้าด้วยส่วนผลิตภัณฑ์เรามีการใช้ Product ที่มีคุณภาพ ระดับเกรด A++
73	ร้านเราจะแบ่งโซนชัดเจน ฝ้าทุกชนิดเราจะไม่มีการใช้ซ้ำ น้ำมันอโรมา และ สครับ มีให้เลือกกว่า 10 ชนิด กลิ่นหอมต่อตัวหลังจากบริหารแบบนี้ ลูกค้าชอบ ติดใจเข้ามาใช้งานบริการกันมากขึ้น
74	วางตำแหน่งของสินค้าและบริการอยู่ในตำแหน่งการบริการดีเลิศ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้สมุนไพรให้แตกต่างจากร้านอื่นๆ ช่วงแรกๆ ผลตอบรับดีมากเนื่องจากร้านเป็นร้านแรกๆ ที่เน้นแบบนี้ แต่พอเปิดได้ 1- 2 ปี เริ่มมีร้านอื่นๆ เลียนแบบเรา ทำให้ร้านเรากับร้านอื่นๆ ไม่มีความแตกต่างกันลูกค้าเก่าก็เปลี่ยนไปใช้บริการอื่นๆ กันบ้าง
75	เราจะเน้นพนักงานทุกคนให้มีมาตรฐานในการบริการ มีการจัดการส่วนการนวดของแต่ละประเภทเป็นห้องๆ ใช้วิธีนี้ลูกค้าประจำมาบ่อยมากเพราะว่าชอบที่พนักงานมาตรฐานดีมีฝีมือ
76	แบ่งพนักงานนวดตามความชำนาญของแต่ละคนมีการแยกส่วนชายหญิงชัดเจน เพื่อความเป็นส่วนตัวตัวมีห้องนวดทั่วไป และห้องนวดแบบ วีไอพี หลังจากเปิดให้บริการก็มีคนเข้ามาใช้บริการมากขึ้นและ ชมว่าทางร้านจัดสัดส่วนอย่างดี ผลตอบรับ ค่อนข้างดี
77	มีการลงทุนประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้จัก มีการอธิบายพนักงานการนวดให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ของการมาใช้บริการต่างๆ ในสปา เพื่อให้พนักงานนวดแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจให้คำแนะนำกับผู้ใช้ได้ ซึ่งลูกค้าพอใจกับพนักงานนวดจากคนที่สามารถให้คำแนะนำกับพวกเขาได้ สมุนไพรที่ใช้จะเป็นสมุนไพรจากธรรมชาติแท้ๆ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าทุกคน
78	มีการอธิบายพนักงานการนวดให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ ของการมาใช้บริการต่างๆ ในสปา เพื่อให้พนักงานนวดแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจให้คำแนะนำกับผู้ใช้ได้ ซึ่งลูกค้าพอใจกับพนักงานนวดจากคนที่สามารถให้คำแนะนำกับพวกเขาได้ สมุนไพรที่ใช้จะเป็นสมุนไพรจากธรรมชาติแท้ๆ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าทุกคน
79	การบริการของร้าน ใช้ของที่มีคุณภาพ เราให้พนักงานทุกคนทดลองผลิตภัณฑ์ของเรา ให้เข้าใจสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งร้านใช้สมุนไพรทั้งนั้นไม่ว่าในกระบวนการใด ๆ ก็ตาม
80	เรื่องเราเป็นร้านเล็กๆ เราจะเน้นตัวพนักงานเป็นหลัก ว่าให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ลูกค้าคนไหนชอบแบบไหนต้องตามใจลูกค้า หลังจากที่เราให้บริการแบบนี้ ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการกันมากขึ้น
81	ตอนนี้ทางร้านพยายามวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม เพื่อให้ร้านได้เป็นที่รู้จักของลูกค้า จึงต้องลงทุนสูง เพื่อสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า ทางร้านทำป้ายติดตามตรอกซอยต่างๆ พอทำป้ายคนก็โทรเข้ามาสอบถามกันมาก เกี่ยวกับการบริการของร้าน เฉพาะราคา และจองคิวเพื่อรับบริการ
82	มีการประชุมความพร้อมต่อการบริการบริหารจัดการ ทุกเช้าจะมีการอบรมพนักงาน สรุปผล

คนที่	คำตอบ
	การทำงานในวันก่อน การบริการลูกค้าจริงเพื่อเช็คความพร้อมของพนักงาน ซึ่งทำให้ลูกค้าชมว่าพนักงานและการบริการดีเลิศ
83	การบริหารจัดการกิจการร้านสปาเรา คือ ทำการสำรวจหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพมาให้บริการกับลูกค้า เพื่อเป็นหารไม่ให้นักค้าเบือนนอกจากนั้นการบริหารจัดการ แบบนี้ยังสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเนื่องจากการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจุดนี้ทำให้ลูกค้าติดใจร้านเราเนื่องจากมีความใส่ใจลูกค้าเป็นพิเศษจริงๆ
84	มีการอบรมให้พนักงานบริการลูกค้าด้วยใจ กระตุ้นยอดขายให้ลูกค้ามาเป็นสมาชิกของเรา สร้างความเป็นกันเอง และทำให้ลูกค้าไวใจมากที่สุด ซึ่งหลังจากใช้การบริหารจัดการแบบนี้ลูกค้าก็สมัครทำ member กับทางร้านเยอะขึ้น
85	มีการอบรมให้พนักงานบริการลูกค้าด้วยใจ กระตุ้นยอดขายให้ลูกค้ามาเป็นสมาชิกของเรา สร้างความเป็นกันเอง และทำให้ลูกค้าไวใจมากที่สุดซึ่งการบริหารจัดการแบบนี้ ถือว่าลูกค้ามีความเชื่อมั่นในร้านของเรามากขึ้น ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านใช้ คือสมุนไพร เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ชอบ
86	การบริหารของร้าน เรามีการให้ค่าตอบแทนพนักงานเป็นรายเดือนทุกคน และให้เงินพิเศษตามจำนวนลูกค้าที่พนักงานคนนั้นให้บริการ เพราะก่อนหน้านี้พนักงานย้ายเยอะ พอใช้วิธีนี้พนักงานอยู่กับเราเยอะขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ร้านใช้คือ สมุนไพร 100 เปอร์เซ็นต์ ไม่ให้เกิดอาการแพ้
87	มีการทำเมนูคอร์สสปา พร้อมราคา หรือจะทำแบบ combine คอร์ส ราคาเดียวก็มี และทางผู้เชี่ยวชาญ จะแนะนำการทำแต่ละคอร์สว่าทำอะไบบ้าง เวลาเท่าไร หลังจากมีแบบนี้ลูกค้าก็เข้ามาใช้บริการ อีกทั้งสมุนไพรของเราก็ดำเนินมาจากสมุนไพรแท้ๆ เลยทีเดียว
88	ร้านของเราจะจัดอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ พร้อมทั้งมีสวัสดิการที่ดี ทำให้พนักงานที่อยู่มานานแล้วไม่อยากจะออกไปไหน ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการมากขึ้นเพราะลูกค้ารู้ว่าเค้าจะได้รับประโยชน์ที่แท้จริงจากทางร้าน สมุนไพรจากแหล่งมีชื่อเสียง ซึ่งต่างจากร้านทั่วไปแน่นอน
89	มีการจัดเจ้าหน้าที่บริหารคอยดูแลความเรียบร้อย พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใหม่ โดยที่ไม่ทราบประโยชน์ของสปาอย่างแท้จริง เราจึงต้องมีคนคอยแนะนำให้ หลังจากเราจัดการอย่างเป็นระบบ ลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ ภูมิใจกับทางบริการแบบนี้มาก
90	วิธีการบริการจัดการร้าน ด้วยที่ผลิตภัณฑ์ของร้าน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น น้ำมันหอมกลิ่นต่างๆ โคลนหมักและพรอกหน้าหรือตัว โลชั่นบำรุงผิวสมุนไพรบำรุงร่างกายมีความแตกต่างจากร้านอื่น เมื่อใช้แล้วไม่มีสารตกค้างในร่างกาย
91	ร้านของเราทำเมนูคอร์ส ขึ้นมาให้ลูกค้าเลือก พร้อมทั้งมีพนักงานคอยอธิบาย รายละเอียดของแต่ละคอร์สว่าเป็นอย่างไร หลังจากที่เราใช้วิธีนี้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากเพราะเราสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้
92	ทางเราจะมีการให้ลูกค้ากรอกแบบสอบถามความต้องการในการใช้สปา และความชื่นชอบเพื่อที่จะแนะนำคอร์สที่เหมาะสมกับลูกค้า หลังจากที่ใช้วิธีนี้ลูกค้า พึงพอใจกับการบริการ

คนที่	คำตอบ
93	ของทางร้านเรา ที่สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้ตรงจุดที่ลูกค้าต้องการ เรื่องของคู่แข่ง ที่พยายามทำให้คล้ายๆ กับร้านของเรา เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ซึ่งหลายร้านทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากันมากขึ้น ซึ่งร้านอื่นก็ประสบปัญหาแบบเดียวกัน
94	มีการจัดคอร์สให้กับลูกค้าเลือกใช้บริการโดยจะทำเป็นเมนูให้เลือกความต้องการ สามารถบอกพนักงานได้ตามความต้องการ หลังจากทำวิธีนี้แล้ว ทำให้ลูกค้า เข้ามาใช้บริการมากขึ้น สมุนไพรที่ใช้เป็นสมุนไพรแท้ 100 เปอร์เซ็นต์
95	ทางร้านเราจะมีผู้จัดการร้านเป็นคนคอยอบรมสอดส่องดูแลพนักงานแยกชุดฟอร์มระหว่างพนักงานนวดกับแม่บ้าน หลักจากมีคนมาคอยดูแลร้านระหว่างวันทำให้ทำงานเป็นระบบระเบียบมากขึ้น ลูกค้าที่เข้ามา ก็มีความพึงพอใจ
96	มีการจ้างผู้บริการที่มีประสบการณ์สูงมาบริการงาน เพื่อสร้างระบบ ให้กับทางร้าน มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในขอบข่ายของงานที่ต้องทำ หลังจากจัดการอย่างมีระบบทำให้ ลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจ ในการทำสปามากขึ้น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการของทางร้านมากขึ้น
97	มีการจัดแผนตามทำงานของแต่ละบุคคล โดยจะมีแต่ละฝ่ายคอยดูแลลูกค้า ฝ่ายการตลาด ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายปฏิบัติงาน ทำให้ทำงานอย่างเป็นระบบ หลังจากทำวิธีนี้การตลาดของเราก็ดีขึ้น การทำงานก็ทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในการบริการ
98	มีการจัดให้พนักงานทำงานอย่างมีระบบโดยให้แบ่งหน้าที่ของแต่ละบุคคลว่าใครทำอะไรบ้าง โดยไม่มีการสับสนในการทำงาน หลังจากแบ่งหน้าที่กัน ทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการของทางร้าน แม้ว่าร้านจะเป็นร้านเล็กๆ ก็สามารถทำงานมีประสิทธิภาพได้
99	มีการบริการแขกที่มาเข้าพักกับทางโรงแรมด้วยราคาพิเศษ มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อลูกค้าจะตัดสินใจ หลังจากทำวิธีนี้ ลูกค้ามีความเข้าใจในการทำสปามากขึ้น และทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการกับรีสอร์ทของเรามาก
100	มีการอบรมความรู้สามารถให้กับพนักงานให้มีความชำนาญในการทำงาน และ การต้อนรับ การทำความสะอาด เราจะเน้นเป็นพิเศษเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า หลังจากมีวิธีเป็นระบบ ลูกค้าก็จะเข้าร้านกันมาก

4. ท่านใช้วิธีการทางการตลาด และ/หรือ โฆษณาธุรกิจร้านสปาของท่าน เพื่อเชิญชวนลูกค้าให้มาใช้บริการ มีวิธีการใดบ้าง แต่ละวิธีการมีลักษณะอย่างไร

คนที่	คำตอบ
1	มีการรวมเข้าไปใน Package ทางโรงแรม มีการโฆษณาทาง Website เพราะ วิธีเหล่านี้จะทำให้ลูกค้า ดูรายละเอียดได้ดีที่สุด
2	เรามีป้ายโฆษณาที่หน้าร้านและใช้โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โดยมีรูปภาพประกอบใน website และคิดว่าน่าจะเป็นวิธีที่ดีที่สุด เพราะ มีรายละเอียดที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด
3	มีการสื่อทาง วิทยุชุมชน โดยให้ทางสถานีออกอากาศโฆษณาสั้นๆเกี่ยวกับทางร้านและ

คนที่	คำตอบ
	โปรมอชั่น มีการติดป้ายโฆษณา ตาม food court มีเบอร์โทรศัพท์ให้สอบถาม มีการแจก brochure ให้กับผู้ที่เดินผ่านไปมาในศูนย์การค้า วิธีที่คิดว่าดีที่สุด คือ ติดป้ายโฆษณาตาม Food court เพราะ ลูกค้าได้มีเวลาอ่าน คิด และโทรมาสอบถามมากกว่า
4	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน บอกรายละเอียดของโปรมอชั่นให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และจะมีแผ่นพับ ให้ลูกค้าได้นำกลับไป วิธีนี้น่าจะดีที่สุด
5	เราจะมีป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตั้งอยู่ที่หน้าร้าน ให้ผู้คนที่ผ่านไปมาได้มองเห็นอย่างสะดวก ทางร้านเราคิดว่า ป้ายโฆษณาน่าจะดึงดูดลูกค้าได้มาก เพราะมีเข้ามาสอบถามเยอะมาก
6	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน จะใส่รายละเอียดโปรมอชั่น เข้าไปในป้ายด้วยและมีแผ่นพับให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งคิดว่าการแจกแผ่นพับจะดีกว่า เพราะลูกค้านำกลับไปอ่านและสามารถบอกต่อได้
7	ใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตและมีอินสตาแกรมด้วย เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งวิธีเหล่านี้จะดีมากกว่าสื่อแบบแผ่นพับโฆษณา เพราะเข้าถึงได้เร็วกว่า
8	จะมี brochure และมีป้ายหน้าร้าน ซึ่งจะบอกรายละเอียดของการบริการและราคาให้ลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ลูกค้าสามารถพอใจและตัดสินใจได้ง่าย ซึ่ง brochure จะดี เพราะลูกค้านำกลับไปบอกต่อได้
9	จะโฆษณาทาง Facebook A NAILS SPA & SALON เราจะโฆษณาข้อมูลผ่านทางช่องทางนี้เท่านั้น เพราะคิดว่าเป็นการโฆษณาที่เข้าถึงได้ง่ายที่สุด เริ่มใช้เมื่อประมาณปีที่ผ่านมานี้
10	ก็จะมี Brochure ติดไว้ที่ Front ของโรงแรมและจะมี website ร้านอยู่ด้วย โดนจะใส่ภาพบรรยากาศ ราคาคอร์ส เวลาเปิด-ปิด ลงไปใน website ด้วย ซึ่งวิธีทาง website จะดีที่สุด เพราะลูกค้าที่ไม่ได้มาพักก็สามารถรับทราบข้อมูลได้
11	เรามีทั้ง Facebook / Website ซึ่งคิดว่า สื่อพวกนี้น่าจะทำโฆษณาทางร้านได้เห็นภาพมากกว่าวิธีอื่น เดียวนี้ทำแบบนี้หมด มันไม่มีต้นทุนโฆษณาแพง และที่สำคัญเห็นผลชัดเจน
12	ตอนนี้จะใช้การโฆษณาทาง Facebook ทางเดียวเลย เพราะมีผู้ใช้งานมาก ทำให้ทุกคนสามารถเข้ามาดูบรรยากาศในร้านได้ง่าย นี่คงเป็นวิธีที่แพร่หลายในวงการสปาแล้ว มันดีกว่าทุกๆสื่อนะ ตามความคิด
13	เราจะใช้ Internet ประชาสัมพันธ์ทางร้าน มีรูปภาพประกอบ มีราคาแจ้งและมีwebboard แสดงความคิดเห็น วิธีนี้คงดีที่สุดกว่าพวกป้าย,ใบปลิว เพราะประหยัดแรงงานคนที่ต้องไปแจก
14	มีป้ายหน้าร้านและราคาแต่ละคอร์สติดที่ป้าย มีโฆษณาทาง Internet บอกข้อมูล ราคาโปรมอชั่นทางร้าน วิธีทาง Internet ดีที่สุด เพราะมีwebboardให้เข้ามาสอบถามและมีรายละเอียดให้อ่านได้มากกว่า
15	การโฆษณาทางร้านทำโดยรวมเข้าไปใน Package ห้องพักมีส่วนลดให้กับผู้ที่จองห้องพักประเภทต่างๆ มีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ตามบอร์ดของโรงแรม วิธีที่ดีที่สุดคือ การรวมกับ Package ห้องพักเพราะลูกค้าต้องการมาพักผ่อนอยู่แล้ว
16	ปัจจุบันนี้ทางร้านจะมี Facebook เป็นช่องทางร้านเองเพื่อให้ลูกค้าติดต่อได้สะดวกมากขึ้น

คนที่	คำตอบ
	ทั้งยังมีภาพ รายละเอียดต่างๆอยู่ทั้งหมดจะดีกว่าทุกๆสื่อ ทางร้านจะใช้โฆษณาผ่าน Facebook ทางเดียว เพราะปัจจุบัน Social Network เข้าถึงผู้คนได้มากกว่า
17	มีการทำโฆษณาทางป้ายและ brochure ตาม Counter ประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งมีการนำ ภาพลง website จัด review ลงตาม Youtube วิธีที่ดีที่สุด น่าจะเป็น website ของทางร้าน เพราะมีการโพสต์ข้อความสอบถามกันมา
18	ใช้สื่อ Social Network , Facebook ,Youtubeจะมีการ Post ข้อความพร้อมภาพ บรรยายภายในร้าน พร้อมทั้งมี Link Video Youtubeเพื่อดู Presentation วิธีที่ดีที่สุดคือ Youtubeเพราะมีผู้คนมา View เป็นจำนวนมาก
19	ส่วนใหญ่จะให้พนักงานประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวบริเวณร้านและมีการจัดทำป้าย , Website ด้วย นำภาพร้านลง Website วิธีที่ดีที่สุดคือทาง Website มีคนมาแสดงความ คิดเห็นกันมาก
20	มีการโฆษณาทาง Internet มีการลงรูปภาพตาม Website แนะนำสปาทั่วไป มีการออก ใบปลิวพร้อมราคาให้กับลูกค้า วิธีที่ดีที่สุดน่าจะทาง Internet เพราะคนเข้าถึงได้ง่ายกว่า
21	ใช้วิธีการให้สมัครสมาชิกกับทางร้านโดย โฆษณาทาง Website มีการติดป้ายขนาดใหญ่หน้า ร้าน โดยอธิบายรายละเอียดไว้ด้วย แต่วิธีการโฆษณาทาง Website จะดีกว่า เพราะลูกค้า สามารถดู Review ทางด้านในร้านได้
22	ใช้วิธีการโฆษณาทาง Website ของทางร้านโดยเฉพาะ โดยใน Website จะมีรายละเอียดทุก อย่างให้ลูกค้าชมอย่างละเอียด
23	ใช้วิธีลง Internet ตาม Website ที่ผู้คนใช้งานมาก มีการแจกใบปลิวตามหน้าร้านและ บริเวณร้าน วิธีที่ดีที่สุดน่าจะเป็น Internet เพราะมีรายละเอียดของรูปถ่าย ราคาคอร์สครบ บรรยายภายในร้าน
24	การตลาดของเรามีจัด Event นอกสถานที่ และขายคูปองราคาพิเศษในงาน เพื่อดึงลูกค้า จากที่ต่างๆ และเป็นวิธีที่น่าจะกระตุ้นยอดขายได้ดีที่สุด
25	มีการโฆษณา ทาง Website แล้วก็ Facebook โดยจะมีการบอกรายละเอียด พร้อมรูป ภาพประกอบ เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลมากที่สุด และที่สำคัญวิธีการโฆษณาแบบนี้ไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ได้ผลดีมาก
26	ทางเราจะติดป้ายโฆษณาบอกรายละเอียดต่างๆทั้งหน้าร้านและตามสถานที่ต่างๆ เพราะ ลูกค้าสังเกตเห็นได้ง่าย และสามารถตัดสินใจได้ทันที จากที่สอบถามพนักงานว่าลูกค้า แจ้งว่า ทราบอย่างไร เขาบอกว่าทางป้ายโฆษณา
27	ผ่านทาง Website คู่กับบรีลลอร์ท โดยการรวมกับราคาห้องพักพร้อมสปา มีวิธีเดียว วิธีอื่นเดียวนี้ให้ข้อมูลผ่านทาง Internet ไม่ได้
28	มีทาง Facebook ส่วนใหญ่จะใช้การโฆษณาทางนี้ทางเดียวเลย มีรูปภาพประกอบอัพเดททุก วัน มีการถามตอบตลอดทำให้ลูกค้าสามารถเข้ามาดูและถามได้ตลอดเวลา
29	เราจะโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ โดยลงรายละเอียดรูปภาพไปด้วย เพื่อให้ลูกค้าได้ ชมบรรยากาศของร้านมากขึ้น และทำให้ตัดสินใจได้ง่าย และเป็นวิธีที่ดีที่สุดแล้ว

คนที่	คำตอบ
30	ติดป้ายโฆษณาทั้งในร้านและนอกร้าน มีการโฆษณาส่วนทางอินเทอร์เน็ตโดยมีรายละเอียดลงไปในเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ดูและประกอบการตัดสินใจ ซึ่งวิธีทางอินเทอร์เน็ตก็ต้องดีที่สุดอยู่แล้ว เพราะสมัยนี้เข้าถึงง่ายสุดแล้ว
31	การตลาดของเราก็จะมีการตกลงกับ Website Ensogo เพื่อให้ลูกค้าไปซื้อดีลราคาพิเศษกับทางเว็บไซต์ โดยจะเป็นส่วนลดพิเศษสูงสุด 75% เริ่มใช้เมื่อปลายปีนี้เอง
32	เราใช้โฆษณาทางเว็บไซต์ของทางร้านโดยตรง โดยเราจะแจ้งรายละเอียดทุกอย่างไว้ในเว็บไซต์ และยังมีลงโฆษณากับทางนิตยสารที่แจกฟรีด้วย แต่ลงทางเว็บไซต์ได้ผลดีกว่า
33	ใช้โฆษณาและป้ายหน้าร้านโดยโฆษณาผ่านป้ายโฆษณาจะมีเบอร์โทรและรายละเอียดของทางร้านในจุดเด่นๆ คิดว่าวิธีนี้ดีที่สุด เพราะเราคิดว่าลูกค้าที่ผ่านไปมาก็จะเห็น
34	ผ่านทาง Internet เว็บไซต์ของทางร้านเราเอง โดยจะใส่รายละเอียดลงไป เช่น รูปภาพ คอร์ส โปรโมชั่น ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายและทำให้ตัดสินใจไม่ยาก
35	ก็จะเป็นอยู่ใน Service ของ Website โรงแรมโดยการใส่รูปภาพ ข้อความ โปรโมชั่นต่างๆไว้ใน Website วิธีนี้ดีที่สุดแล้วเพราะว่าเข้าถึงทุกคนได้ทั่วประเทศ
36	มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตโดยการลงรูปภาพประกอบใน website โดยอธิบายรายละเอียดข้อมูลของร้าน โปรโมชั่น รูปบรรยากาศ ซึ่งคิดว่าการลงโฆษณาทางนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดในตอนนี้นี้แล้ว
37	มีการแยกโซนนวนถ้าน้ำมันนวดสมุนไพรห้องอบ ชัดเจน อบรมพนักงานให้พนักงานมีใจรักในการที่จะบริการลูกค้า ผลที่ได้ลูกค้าชื่นชมพนักงานว่าทำงานดีมีคุณภาพ ส่วนในเรื่องของสมุนไพรก็จะเป็นตามท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
38	วิธีแรกคือมี Brochures ตามเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ของทางโรงแรมเพื่อให้ผู้มาติดต่อได้ดูข้อมูลของร้านสปา วิธีที่สองคือมีการจัดโฆษณาทางวิทยุ โดยให้แต่ละช่วงรายการพูดประชาสัมพันธ์ให้กับทางร้าน วิธีแรกจะดีกว่าเพราะลูกค้ามีเอกสารประกอบการตัดสินใจ
39	ใช้แจก Brochures ให้กับนักท่องเที่ยวโดยการมีพนักงานคอยแจกบริเวณหน้าร้าน มีการโฆษณาโดยขึ้นป้าย Promotion ขนาดใหญ่วางไว้บริเวณหน้าร้าน วิธีที่ดีที่สุดน่าจะเป็น Brochure นะ เพราะเค้าสามารถนำไปอ่านได้
40	กำหนดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการว่ากลุ่มใดและจะจัดคอร์สให้เหมาะสม จัดโฆษณาตามนิตยสาร Free Magazine ของชุมชน เพราะในชุมชนตามสถานที่ต่างๆมี Free Magazine เยอะทำให้เราเลือกจะลงโฆษณาในหนังสือนิตยสารและคิดว่าวิธีน่าจะดีที่สุด
41	โฆษณาร้านของเรา จะทำป้ายตั้งไว้หน้าร้านบอกรายละเอียดของการบริการของทางร้าน ป้ายที่ตั้งหน้าร้านมีขนาดประมาณ 2 เมตร * 3 เมตร ค่อนข้างใหญ่มีความเด่น และ สื่ออีกอย่างคือ Internet ลงโฆษณาตามเว็บไซต์ ต่างๆ วิธีที่ดีที่สุด คือ ป้ายหน้าร้าน เพราะมันสะดุดตาคนผ่านไปผ่านมาทำให้ลูกค้าแวะเข้ามาในร้าน
42	การตลาดหรือการโฆษณาร้าน ทางร้านใช้ป้ายหน้าร้านที่มีลักษณะเป็นธง ปักไว้หน้าร้านขนาด 1.5x3 เมตร เนื้อหาในไวนิวส์ บอกโปรโมชั่นของร้านว่าช่วงนี้ช่วงนั้นมีอะไรบ้าง เพราะป้ายนี้ทำให้ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

คนที่	คำตอบ
43	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน แจกใบปลิว ร้านเราต้นทุนน้อยจึงต้องใช้บริการนี้และวิธีที่ดีและถูกที่สุดคือ ใบปลิว ช่วยส่งเสริม การขายของเราได้มากกว่าสื่ออื่นๆ
44	มีการแจกใบปลิวตามเขตชุมชน เพื่อสื่อความในทุกคนเข้าใจบริการสปาเล็บ ซึ่งมันแปลกใหม่ โดยน้อยคนนักที่จะรู้จักวิธีนี้ และวิธีนี้น่าจะดูดีที่สุด เพราะต้นทุนต่ำด้วย
45	การโฆษณาของร้านทำปายไวนิวส์ ขนาดเท่าตัวคน ตั้งอยู่หน้าร้าน 2 ฟัง เพื่อให้คนที่สัญจรไป – มาผ่านทางหน้าร้านได้เห็นและเข้ามาใช้บริการ ซึ่งถือว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะในถนนเส้นที่เราตั้งร้านตั้งอยู่ ไม่มีร้านที่ให้บริการนวดไทยสปาเลย
46	การตลาดหรือการโฆษณาของร้านใช้ Facebook ในการโฆษณา ในลักษณะที่ บอก รายละเอียดเกี่ยวกับร้าน การบริการของทางร้าน รวมถึง โปรโมชั่น ของทางร้านไม่ว่าจะเป็น ส่วนลดของร้าน หรือ ซึ่งผลิตภัณฑ์ แถมของแถมและหน้าร้านก็มีป้ายบอกรายละเอียดการ บริการของทางร้านว่ามีบริการอะไรบ้างเพราะลูกค้าส่วนใหญ่มี Facebook พอเข้ามารับ บริการจากทางร้านเราก็จะขอ Facebook ลูกค้า เมื่อลูกค้า Like ลูกค้าจะได้รับข้อมูล ข่าวสารจากทางเราตลอดเวลาและเพื่อนของลูกค้าจะเป็นหน้า Page เราด้วยเป็นการโฆษณา ที่ดีมากในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบัน
47	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน โดยจัด ป้ายให้มีความโดดเด่นให้สามารถมองเห็นได้ง่ายจากทุกทาง มีการจัดทำแผ่นพับ โฆษณาบอกรายละเอียดของทางร้าน พร้อมแบบส่วนลดให้วิธีที่ดีที่สุด คือ แผ่นพับเพราะลูกค้ามีเวลาในการอ่านข้อความรายละเอียดต่างๆ
48	มีการจัดคอร์สบริการหลากหลาย เช่น สปาผม สปาหน้า นวดอโรมา นวดแผนไทย ผลคือ ลูกค้ามีการตอบรับที่ดีมากขึ้น หลังจากเราใช้วิธีนี้ทำให้เรียกลูกค้ากลับมาได้บ้าง สมุนไพรที่ใช้ จะมีสมุนไพรไทย รวมทั้งน้ำมันหอมระเหยต่างๆ มากมายหลายชนิด
49	การโฆษณาของร้านใช้วิธีการทำป้ายชื่อร้านใหญ่ ยื่นออกมาจากตัวอาคารทำให้โดดเด่น ใคร ผ่านไปผ่านมาจะเห็นได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีโบชัวร์ในร้านลูกค้าสามารถหยิบออกไปข้างนอก เพื่ออ่านรายละเอียดการให้บริการของร้านและราคาได้นอกจากนั้น ทางร้านให้เบอร์โทรไว้ใน โบชัวร์ หากมีเรื่องสอบถามสามารถโทรเข้ามาสอบถามกับทางร้านได้
50	หากเปรียบเทียบ 2 วิธีคิดว่าใช้การทำป้ายชื่อร้านใหญ่ๆ ดีที่สุดเพราะบริเวณที่ตั้งของร้าน เป็นย่าน ชุมชน มีธุรกิจอื่นๆทำป้ายหน้าร้านของตนเยอะหากเราไม่ทำให้ใหญ่ ร้านเราจะดูไม่เด่นเลย
51	มีการทำเว็บไซต์ของร้าน เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยทางร้านจะใส่ รายละเอียดทุกอย่าง ทั้งรูปภาพ โปรโมชั่น ราคา เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น มีแผ่นพับจากให้กับลูกค้า ที่ผ่านไปมา วิธีทางอินเทอร์เน็ตจะดีที่สุดเพราะมีการส่งต่อกันมาก
52	การโฆษณาของร้านเราใช้ป้ายติดเอาท์ ประมาณ 4 ป้ายใหญ่ๆ ติดตามทางแยกที่สำคัญๆ ของชลบุรี และมีป้ายเล็กๆอีก 10ป้าย ตามย่านชุมชน รายละเอียดของป้ายชื่อร้านและ รายละเอียดของการให้บริการและจุดเด่นของร้านพร้อมรูปของร้านและห้องต่างๆ ที่เปิด ให้บริการ คิดว่าการทำติดเอาท์ เป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะคนสัญจรผ่านไปมาเห็นได้ง่าย
52	มีการจัดตั้งป้ายหน้าร้าน ทำให้ลูกค้าสัญจรไปมา สามารถสังเกตเห็นชื่อร้านได้ง่าย ลงโฆษณา ใน นิตยสารที่เกี่ยวกับสุขภาพที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายวิธีที่ดีที่สุดคือ ป้ายหน้าร้านเพราะ

คนที่	คำตอบ
	คนเห็นแล้วสามารถเข้ามาได้เลย
53	มีการใช้สื่อบนวิทยุชุมชน บางแชนเนลโอ ให้ผู้จักประกาศโฆษณาให้ทางวิทยุ มีการจัดทำเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ใส่รูปภาพ รายละเอียดลงไปเพื่อให้ลูกค้าได้ดูภาพรายละเอียดมากขึ้น วิธีที่ดีที่สุด ทางเว็บไซต์ เพราะเข้าถึงผู้คนที่ได้ง่ายกว่า วิธีอื่นๆ
54	มีการจัดการติดตั้งป้ายหน้าร้าน บริเวณย่านนี้มีร้านสปาตั้งอยู่บนทำเลที่ด้านหน้าถนนติดถนนใหญ่ หลายร้านไม่ได้มีร้านเราคนเดียว หากไม่ติดตั้งป้ายหน้าร้าน ลูกค้าจะไม่เห็นว่าร้านเรามีบริการนวดสปาและบอกรายละเอียดการให้บริการของร้านว่ามีราคาอะไรบ้าง ใช้เวลากี่ชั่วโมงในการนวด คิดว่าวิธีที่ดีที่สุดเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติเขามองหาร้านอยู่แล้วหากร้านเด่น หรือมีป้ายชัดเจนลูกค้าก็จะเข้าร้านเอง
55	มีการจัดติดตั้งป้ายหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าเห็นเวลาเดินผ่านไปมา มีการจัดทำแผ่นพับ เพื่อสื่อให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์และบริการวิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ ซึ่งลูกค้าสามารถอ่านได้ และมีเวลาทำความเข้าใจกับสื่อนี้
56	มีการทำแผ่นพับขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้ทราบถึงประโยชน์และกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้สินค้าและบริการ มีการใช้งบประมาณลงในสื่อนิตยสารแพรว วิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับเพราะเข้าถึงทุกคนได้ง่ายรวดเร็วกว่า
57	ช่วงแรกมีการประชาสัมพันธ์ผ่านไวนิวส์หน้าร้านและมีแผ่นพับเรื่องการให้บริการต่างๆภายในร้าน ไวนิวส์หน้าร้านจะบอกรายละเอียดของโปรโมชั่นแต่ละช่วงว่าช่วงนี้ร้านเรามีอะไรบ้าง ส่วนแผ่นพับจะเขียนรายละเอียดบริการทุกอย่างภายในร้านว่ามีบริการอะไรบ้างแต่ละการบริการใช้เวลากี่ชั่วโมงและแต่ละบริการมีค่าบริการเท่าไร
58	จัดทำแผ่นพับขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้ทราบถึงประโยชน์และกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้สินค้าและบริการ มีการสร้างเว็บไซต์สนับสนุน กิจกรรมการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูล และสร้างความสัมพันธ์จัดติดตั้งป้ายหน้าร้าน ทางเว็บไซต์เพราะลูกค้าสามารถเข้าไปดูข้อมูลของทางร้านได้ง่าย
59	การโฆษณาร้านจะใช้เป็นสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะใส่รูปภาพรายละเอียดของร้านลงไปในเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าเข้าไปเยี่ยมชมและอ่านรายละเอียดได้ ซึ่งวิธีนี้ดีมาก เพราะผู้คนที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่า
60	มีการทำเว็บไซต์ ของทางร้านทำให้ลูกค้าสามารถเข้าไปดูรีวิวบทความของเราได้ทางอินเทอร์เน็ต และคิดว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะสามารถเข้าได้ง่าย
61	มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต , แผ่นพับ โดยใส่รูปรายละเอียดต่างๆ ลงไปในสื่อทั้ง 2 ซึ่งวิธีนี้ดีที่สุด คงเป็นทางอินเทอร์เน็ตเพราะสะดวกสบายที่สุด
62	มีโฆษณาตามป้ายประชาสัมพันธ์ โดยติดโฆษณาเอาไว้และมีการแจกใบปลิว ตามบ้านต่าง ๆ วิธีนี้ดีที่สุดคือการแจกใบปลิว
63	มีวิธีการลงโฆษณาตามนิตยสารแพชั่น ใส่ๆ ราคารูปภาพลงไปโฆษณา แผ่นพับโฆษณา โดยจะใส่รายละเอียดทุกอย่างลงไปให้ลูกค้าสามารถกลับไปอ่านได้ วิธีที่ดีที่สุด แผ่นพับเพราะลูกค้าสามารถถือไปบอกต่อได้

คนที่	คำตอบ
64	มีการแจกแผ่นพับ โดยใส่ข้อมูลลงไปบนแผ่นพับ ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้มากกว่าเดิม และเป็นวิธีที่ประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด
65	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน โดยจัด ป้ายให้มีความโดดเด่นให้สามารถมองเห็นได้ง่ายจากทุกทาง มีการจัดทำแผ่นพับ โฆษณาบอกรายละเอียดของทางร้าน เพราะวิธีนี้จะช่วยทำให้ลูกค้าสามารถไปบอกต่อได้อีก วิธีที่ดีที่สุด คือ แผ่นพับ เพราะลูกค้ามักกลับไปบอกต่อได้
66	การโฆษณาร้านจะใช้เป็นสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะใส่รูปภาพรายละเอียดของร้านลงไปในเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าเข้าไปเยี่ยมชมและอ่านรายละเอียดได้ มีการจัดทำแผ่นพับ โฆษณาบอกรายละเอียดของทางร้าน เพราะวิธีนี้จะช่วยทำให้ลูกค้าสามารถไปบอกต่อได้อีก ซึ่งวิธีนี้ดีมาก เพราะผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่า
67	มีป้ายหน้าร้านใหญ่ บอกข้อมูลการให้บริการ มีการลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต มีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อดี วิธีทางอินเทอร์เน็ตจะดีที่สุด เพราะรายละเอียดเยอะมาก
68	มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต , แผ่นพับ โดยใส่รูปรายละเอียดต่างๆ ลงไปในสื่อทั้ง 2 ซึ่งวิธีนี้ดีที่สุด คงเป็นทางอินเทอร์เน็ตเพราะสะดวกสบายที่สุด
69	การโฆษณาจะมีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ต่างๆ หน้าร้านจะเป็นป้ายขนาด 6 x 3 เมตร พื้นห้องสีเขียว เด่น บอกรายละเอียดการบริการของร้าน พร้อมบรรยากาศภายในร้าน และมีโปรโมชั่นแจ้งลูกค้า วิธีที่ดีที่สุดจะเป็นป้ายหน้าร้าน
70	ป้ายโฆษณาหน้าร้าน โดยจัด ป้ายให้มีความโดดเด่นให้สามารถมองเห็นได้ง่ายจากทุกทาง และในเรื่องของโปรโมชั่นของทางร้านด้วย มีการจัดทำแผ่นพับ โฆษณาบอกรายละเอียดของทางร้าน เพราะวิธีนี้จะช่วยทำให้ลูกค้าสามารถไปบอกต่อได้ หรือ เชิญชวนคนรู้จักให้เข้ามาสปาของเรา วิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ พกพาสะดวกและสามารถไปแนะนำคนได้ทุกพื้นที่
71	ป้ายโฆษณาหน้าร้าน โดยจัด ป้ายให้มีความโดดเด่นให้สามารถมองเห็นได้ง่ายจากทุกทาง มีการจัดทำแผ่นพับ โฆษณาบอกรายละเอียดของทางร้าน พร้อมแบบส่วนลดให้วิธีที่ดีที่สุด คือ แผ่นพับเพราะลูกค้ามีเวลาในการอ่านข้อความรายละเอียดต่างๆ ซึ่งมองว่าวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด และมีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ
72	โฆษณาทาง web site ของโรงแรมและส่งเสริมการขายที่ co ธนาคารต่างๆ เว็บไซต์ จะโฆษณาเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ และเน้นโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่ทางร้านใช้โชว์บรรยากาศของร้าน ทั้ง 2 อย่างที่ทางโรงแรมทำ คือ โฆษณาทาง web site และโดย Promotion
73	มีการทำเว็บไซต์ ของทางร้านทำให้ลูกค้าสามารถเข้าไปดูรีวิวบทความของเราได้ทางอินเทอร์เน็ต และคิดว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะสามารถเข้าได้ง่าย
74	มีการจัดติดตั้งป้ายหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าเห็นเวลาเดินผ่านไปมา มีการจัดทำแผ่นพับ เพื่อสื่อให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์และบริการวิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ ซึ่งลูกค้าสามารถอ่านได้ และมีเวลาทำความเข้าใจกับสื่อนี้
75	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน แจกใบปลิว ร้านเราต้นทุนน้อยจึงต้องใช้บริการนี้และวิธีที่ดีและถูก

คนที่	คำตอบ
	ที่ดีที่สุดคือ ใบปลิว ช่วยส่งเสริม การขายของเราได้มากกว่าสื่ออื่นๆ
76	ป้ายโฆษณาหน้าร้าน ที่บอกรายละเอียดการให้บริการของร้าน
77	การโฆษณาธุรกิจของเรา ร้ายป้ายคัทเอาส์ ซึ่งบอกรายละเอียดการบริการที่ไว้ครบ พร้อมถ่ายสถานที่จริง ให้ลูกค้าดู นอกจากนั้นก็ยังมี โปรม์ชั้นต่าง ๆ บอกลูกค้าเพื่อจูงใจด้วย
78	การโฆษณาจะมีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ต่างๆ หน้าร้านจะเป็นป้ายขนาด 6 x 4 เมตร บอกรายละเอียดการบริการของร้าน พร้อมบรรยากาศภายในร้าน และมีโปรม์ชั้นแจ้งลูกค้า วิธีที่ดีที่สุดจะเป็นป้ายหน้าร้าน เพราะสะดวกตาทำให้คนมาใช้บริการมากขึ้น
79	ป้ายขนาด 3 x 2 เมตรเป็นวิธีการโฆษณาของร้านเรา เน้นการบอกต่อของลูกค้า ป้ายจะบอกเกี่ยวกับการให้บริการทั้งร้าน คิดว่าวิธีโฆษณานี้ดีที่สุดแล้ว
80	มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต , แผ่นพับ โดยใส่รูปรายละเอียดต่างๆ ลงไปในสื่อทั้ง 2 ซึ่งวิธีนี้ดีที่สุด คงเป็นทางอินเทอร์เน็ตเพราะสะดวกสบายที่สุด
81	ใช้วิธีการโฆษณาผ่านป้ายไวเนิร์ส ที่ติดตามหน้าร้าน และซอยต่างๆ ในชุมชนและบริเวณร้าน เพื่อให้คนสามารถมองเห็น และสามารถดูรายละเอียดการบริการและเบอร์โทรศัพท์เพื่อให้โทรเข้ามาสอบถามได้ คิดว่าวิธีนี้ดีที่สุดเพราะว่า ยิ่งคนเห็นป้ายเยอะเป็นการย้ำเตือน และกระตุ้นให้ลูกค้าอยากใช้บริการ
82	ป้ายหน้าร้าน แผ่นพับมีบ้างช่วงไหนมี Promotion ก็จะใช้แผ่นพับ ช่วยให้ข้อมูลลูกค้า แต่แผ่นพับ ไม่ได้มีทุกช่วง ส่วนป้ายหน้าร้านจะบอกการบริการของร้านว่ามีอะไรบ้าง และบอกราคาการบริการด้วย
83	มี Internet โดยการใช้ Page มี Facebook ป้ายหน้าร้านซึ่งทุกๆ สื่อ มีวัตถุประสงค์การใช้ คือ ให้ข้อมูลลูกค้าเพื่อเลือกการบริการของร้าน บอกราคา ซึ่งสื่อทุกอย่างประสงค์ที่ใช่มองว่าสำคัญทั้งหมด ต้องใช้ควบคู่กันใช้อย่างเดียวไม่ได้
84	ป้ายหน้าร้าน และ ป้ายตามซอยที่อยู่ใกล้ๆ ประมาณ 4 ป้าย ซึ่งแต่ละป้ายแสดงรายละเอียดของการบริการของร้าน คิดว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดแล้ว เพราะถ้าเราไม่มีป้ายบอกหรือโฆษณา ลูกค้าก็จะไม่รู้ว่ามีบริการนวดสปาด้วย
85	มีป้ายหน้าร้านไว้โฆษณา และให้พนักงานต้อนรับออกมาแนะนำแผ่นพับกับลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมาหน้าร้าน วิธีที่ดีที่สุดคือป้ายหน้าร้านเพราะเป็นจุดสังเกตได้ง่ายเวลาที่มีคนเดินผ่านไปมาหน้าร้าน
86	มี Internet โดยการใช้ Page มี Facebook ป้ายหน้าร้าน ความเคลื่อนไหวของทางร้าน บอกทุกอย่างบอกโปรม์ชั้น ถามตอบปัญหาข้อสงสัย บอกประโยชน์ของการทำสปา วิธีที่ดีที่สุดคือ Facebook เพราะเป็นการคุยโต้ตอบกับลูกค้าบอกถึงความต้องการของลูกค้าได้
87	มีการจัดติดตั้งป้ายหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าเห็นเวลาเดินผ่านไปมา มีการจัดทำแผ่นพับ เพื่อสื่อให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์และบริการวิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ ซึ่งลูกค้าสามารถอ่านได้ และมีเวลาทำความเข้าใจกับสื่อนี้
88	ทางร้านลงทุนทำแผ่นพับของร้านเรา เพื่อแจ้งถึง ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ และบริการว่าเป็น

คนที่	คำตอบ
	อย่างไร มีการจัดทำโปสเตอร์ติดตามสถานที่ต่างๆ วิธีที่ดีที่สุด คือการทำแผ่นพับแจกเพราะ ลูกค้าสามารถนำไปติดสนใจ และเชิญชวนผู้คนมาได้มากกว่าโปสเตอร์
89	ทางร้านเราจะใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ เพราะสมัยนี้เทคโนโลยีก้าวไกล ผู้คนสามารถ เข้ามาเยี่ยมชมได้ทันที บางครั้ง ลูกค้าจะนำร้านของเราไปรีวิวในอินเทอร์เน็ต ก็จะช่วยโฆษณา ร้านเราได้อย่างดี เรายังมีการทำนามบัตรของร้านไว้แจกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย
90	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน แจกใบปลิว จึงต้องใช้บริการนี้และวิธีที่ดีและถูกที่สุดคือ ใบปลิว ช่วย ส่งเสริม การขายของเราได้มากกว่าสื่ออื่นๆ
91	มีการจัดโฆษณาลงในนิตยสารแฟชั่น โดยจะเป็นรายละเอียดโปรโมชั่นของทางร้าน มีการจัดทำ แผ่นพับ เพื่อคอยแจกให้กับลูกค้าที่สนใจ วิธีที่ดีที่สุดคือ การทำแผ่นพับ เพราะสามารถสื่อ ความให้ทุกคนได้มากกว่าทางนิตยสาร
92	ทางร้านได้มีการจ้างผู้เชี่ยวชาญในการทำเว็บไซต์ มาทำเว็บไซต์ เพื่อโฆษณาให้กับทางร้าน โดยในเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดของร้าน โปรโมชั่นของร้าน ราคาแต่ละคอร์สและจะมีแผนที่ ร้านเบอร์โทรศัพท์ติดต่อดูด้วย และยังได้มีการจัดทำแผ่นพับโฆษณาเพื่อแจกให้กับลูกค้าที่ผ่าน ไปมา คิดว่าวิธีที่ดีที่สุดทางเว็บไซต์ เพราะรายละเอียดที่ลงในเว็บมีมากกว่าทำให้ลูกค้าสนใจ ได้ง่ายกว่า
93	มีการจัดทำคอร์สพิเศษ โดยพนักงานผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ลูกค้าเลือกมากกว่าสปาแบบเดิม และ พนักงานที่มานวนั้นก็มีประสิทธิภาพมาก หลังจากทำแบบนี้ขึ้นมา ลูกค้าเข้ามาทดลองคอร์ส พิเศษกันมากขึ้น
94	มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน แจกใบปลิว ร้านเราต้นทุนน้อยจึงต้องใช้บริการนี้และวิธีที่ดีและถูก ที่สุดคือ ใบปลิว ช่วยส่งเสริม การขายของเราได้มากกว่าสื่ออื่นๆ
95	การโฆษณาร้านจะใช้เป็นสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะใส่รูปภาพรายละเอียดของร้านลงไป ในเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าเข้าไปเยี่ยมชมและอ่านรายละเอียดได้ ซึ่งวิธีนี้ดีมาก เพราะผู้คนสามารถ เข้าถึงได้ง่ายกว่า
96	ป้ายโฆษณาหน้าร้าน โดยจัด ป้ายให้มีความโดดเด่นให้สามารถมองเห็นได้ง่ายจากทุกทาง และในเรื่องของโปรโมชั่นของทางร้านด้วย มีการจัดทำแผ่นพับ โฆษณาบอกรายละเอียดของ ทางร้าน เพราะวิธีนี้จะช่วยให้ลูกค้าสามารถไปบอกต่อได้ หรือ เชิญชวนคนรู้จักให้เข้ามาส ปาของเรา วิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ พกพาสะดวกและสามารถไปแนะนำคนได้ทุกพื้นที่
97	มีการทำป้ายโฆษณาหน้าร้าน เพื่อแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับรายละเอียดของทางร้านและทำแผ่น พับด้วย โดยจะแจ้งรายละเอียดต่างๆ ไว้ พร้อมทั้งมีส่วนลดให้ด้วย วิธีที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ โฆษณาซึ่งลูกค้าจะนำมาที่ร้านด้วยเพื่อรับส่วนลดพิเศษ
98	มีการแจกใบปลิวตามเขตชุมชน เพื่อสื่อความในทุกคนเข้าใจบริการสปาเล็บ ซึ่งมันแปลกใหม่ โดยน้อยคนนักที่จะรู้จักวิธีนี้ และวิธีนี้น่าจะดูดีที่สุด เพราะต้นทุนต่ำด้วย
99	มีการลงโฆษณาทางเว็บไซต์ ของทางรีสอร์ท แผ่นพับ , ป้ายโฆษณาติดตามสถานที่ต่างๆ ในริ สอร์ท ซึ่งวิธีที่ดีที่สุดคือการลง โฆษณาควบคู่กับทางรีสอร์ท ซึ่งยอดจองห้องพักจะมีมากกว่า

คนที่	คำตอบ
100	เพราะมีคอร์สสปาแถมด้วย มีการทำ Facebook ของทางร้านขึ้นโดยจะใช้การแปรรข้อความต่างๆ ในทางsocial มีการทำแผ่นพับสำหรับแจก ใช้กับลูกค้าที่ผ่านไปมา ให้เข้ามาใช้บริการซึ่งการแจกแผ่นพับจะได้ผลดีที่สุด เพราะลูกค้าสนใจจริงๆ ถึงรับแผ่นพับของเราไปศึกษา และ ตัดสินใจ

5. ท่านมีวิธีการส่งเสริมการขายธุรกิจร้านสปาของท่านอย่างไร

คนที่	คำตอบ
1	มีการจัดโปรโมชั่น ถ้ามาใช้บริการทั้งครอบครัว มีการจัดการลดราคาให้กับผู้สูงอายุ เพราะเราให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ เริ่มใช้เมื่อตอนเปิดร้านได้ปีกว่าๆ
2	มีการจัดทำ Member สำหรับลูกค้าที่ต้องการเป็นลูกค้าประจำ และคอร์สพิเศษสำหรับลูกค้า ขาจร เพราะมันเป็นการลดราคาโดยที่ลูกค้าเห็นว่ามันคุ้มค่างกับตัวพวกเขาเอง เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลยคะ
3	วิธีของทางร้านคือ โปรโมชั่น มา4จ่าย3 หรือมีคำแนะนำเพื่อนให้มาสมัครกับทางร้านเรา ที่เลือกใช้วิธีนี้ เพราะกลุ่มวัยรุ่นมักจะชอบมาเป็นกลุ่มมากกว่า
4	มีการจัด Package ให้กับ สมาชิกรายปี และมีโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าทั่วไป วิธีเหล่านี้เป็นพื้นฐานของการทำธุรกิจอยู่แล้ว เริ่มใช้มาตั้งแต่เริ่มธุรกิจเลย
5	มีการลดราคาจากราคาคอร์สปกติ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนลูกค้าสมาชิกก็จะมีส่วนลดพิเศษให้ ที่เลือกใช้วิธีนี้ เพราะว่ายากจะรักษาฐานลูกค้าไว้ เริ่มใช้มานานแล้วตั้งแต่เปิดร้าน
6	มีการจัดคอร์สลดราคาให้กับลูกค้า ออกโปรโมชั่นใหม่ๆอยู่เสมอเน้นแถมคอร์สที่มีคนใช้บริการน้อย ที่ใช้วิธีนี้เพราะเป็นหลักการตลาดของธุรกิจอยู่แล้ว
7	ทางร้านเรามีโปรโมชั่นลดราคาให้กับลูกค้าที่สมัครสมาชิกทางร้านของเราซึ่งที่ทำวิธีนี้ก็เพราะว่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการสมัครสมาชิกเริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
8	มีการจัดโปรโมชั่น package มีการสมัคร member ของร้านที่ใช้ทั้ง 2 วิธีนี้ เพราะว่า เป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้า เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
9	มีการจัดโปรโมชั่นของทางร้านโดยให้ลูกค้าสมัคร Package คุ้มครองเป็น Set ซึ่งจะคุ้มกว่า มาแบบทีละคอร์ส เริ่มทำมาตั้งแต่เปิดร้านใหม่ๆเลย
10	มีการจัด Promotion โดยการซื้อ 1 คอร์สแถมคอร์สพิเศษและรู้การสมัครสมาชิกกับทางร้าน ที่ใช้วิธีนี้เพื่อเพิ่มความสนใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เริ่มใช้มาตั้งแต่เปิดร้านแล้ว
11	จัดทำ Package เป็น Set Coupon ราคาไม่สูงมากนัก ซึ่งวิธีช่วยเพิ่มยอดให้กับทางร้านมาก เพราะมีผู้สนใจซื้อ Coupon มากกว่า มาทีละคอร์ส เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านมาและใช้มาตลอด
12	มีการจัดโปรโมชั่นประจำเดือน เช่น Valentine's Course หรือ วันแม่ ประมาณนี้ ที่ใช้แบบนี้ เพราะว่า ลูกค้าจะชอบการจัดโปรโมชั่นของทางร้านมากกว่า เราจะไม่จัดอะไรเลย เริ่มใช้เมื่อปลายปีที่ผ่านมา
13	มีการจัดโปรโมชั่น สะสมแต้มสำหรับขาจรและ package สำหรับสมาชิก เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้าน

คนที่	คำตอบ
	เพราะ ทำแบบนี้ลูกค้าจะรู้สึกที่เราไม่ได้เอาเปรียบมาก
14	ส่วนใหญ่จะมีการสมัครสมาชิกและมีการทดลองใช้ก่อนตัดสินใจและคอร์สใน Package สมาชิกจะถูกกว่า ที่ใช้วิธีนี้จะทำให้ลูกค้าอยู่กับเราระยะยาวและทำให้การตัดสินใจลูกค้าง่ายขึ้น เริ่มใช้วิธีนี้ตั้งแต่เปิดร้านเลย ก็มีคนมาทดลองใช้มาก
15	ก็เป็นวิธีเดียวกับการตลาดคือรวมเข้ากับ Package ห้องพัก เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านมา มีการตกลงกับทางโรงแรมไว้
16	จัดโปรโมชั่นให้กับลูกค้า มีการสมัครสมาชิก รับส่วนลดคูปองแถมคอร์สต่างๆ เริ่มใช้วิธีนี้ตั้งแต่เปิดร้านเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ชอบ ลด แลก แจก แถม
17	จัด Promotion ลดราคาคอร์สต่างๆและลดราคาถ้ามาใช้บริการตามวันและเวลาที่กำหนดในคูปองเริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านแล้ววิธีนี้เพราะเป็นการส่งเสริมการขายได้ดีที่สุด
18	จัดให้มีการสมัคร Member พร้อม Package ส่วนลดในค่าสมาชิก เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านมานานแล้ว แต่จะไม่มีสมาชิก พอเมื่อต้นปีที่ผ่านมาจึงเริ่มทำสมาชิก
19	เน้น Promotion ลดราคาให้เหมาะกับสถานะเศรษฐกิจ เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านจนถึงปัจจุบัน
20	จัด Promotion ลด แลก แจก แถม เช่นซื้อคอร์สนี้แถมคอร์สนี้ฟรี หรือ สะสมแต้มมาแล้วกับคอร์สที่ต้องการ เริ่มใช้มาตั้งแต่เปิดร้าน เพราะคิดว่าวิธีนี้จะช่วยกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้นได้
21	เป็นระบบสมาชิกจะมีส่วนลดค่าคอร์สในราคาที่ถูกลงกว่าบุคคลทั่วไปที่เลือกใช้วิธีนี้ เพราะจะทำให้ลูกค้าอยู่กับเรานานกว่าจัดโปรทุกอย่างไป เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านมาจนถึงทุกวันนี้
22	มีการจัด Promotion ตลอดปี จะเป็นในเรื่องของราคาคอร์สที่ถูกลงกว่าปกติ ทำให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะมาใช้บริการมากขึ้น เริ่มใช้เมื่อตอนเปิดร้านได้สักประมาณ 1-2 เดือนหลังจากเปิดร้าน
23	ใช้วิธีสะสมแต้มในการใช้บริการ และก็จะมีการสมัครสมาชิกด้วยแล้วแต่ลูกค้าจะเลือกแบบไหนที่ใช้วิธีนี้ เพราะลูกค้าต้องการสิ่งตอบแทนกลับมาจากที่เขาเสียต้องเสียไป เริ่มใช้มานานแล้ว ตั้งแต่เปิดร้านได้
24	มีส่วนลดให้ลูกค้าเป็นช่วงๆตามความเหมาะสม คอร์สไหนที่มีลูกค้าสนใจน้อยก็จะมีพิเศษให้เริ่มต้นใช้แต่เปิดร้าน
25	มีการจัดโปรโมชั่น มา 3 จ่าย 2, มาเป็นคูปองคอร์สคู่กันก็จะมีส่วนลด ของแถม แล้วแต่ช่วงนั้นจะเน้นด้านไหน เริ่มใช้มาตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการ
26	ให้ส่วนลดกับลูกค้าเมื่อมาใช้บริการคอร์สโปรโมชั่น และมีแพ็คเกจให้ลูกค้าซื้อด้วย เพราะวิธีเหล่านี้เป็นพื้นฐานของสปาเลย เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านแล้ว
27	มีการจัดโปรโมชั่น พร้อมราคาห้องพักเพราะว่าลูกค้าต้องการพักผ่อนอยู่แล้ว เราเริ่มใช้ตั้งแต่เปิดรีสอร์ทเลย
28	มีการจัดโปรโมชั่นของทางร้านโดยการแถมคอร์ส ลดราคา เพื่อคืนกำไรแก่ลูกค้า เพราะวิธีนี้ใช้กันอย่างแพร่หลาย เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านมานานแล้ว

คนที่	คำตอบ
29	มีการจัดโปรโมชั่น ลดราคาจากราคาปกติอีก 10-20 % วิธีนี้จะทำให้ผู้ที่สนใจตัดสินใจเข้ามาใช้บริการได้ง่ายขึ้น เริ่มใช้ตั้งแต่ที่ลูกค้าเข้ามาร้านน้อยผิดปกติ
30	มีส่วนลดในการใช้บริการตามแพ็คเกจ โดยจะให้ลูกค้าสมัครสมาชิก เพราะมันจะเป็นการลดราคาไปในตัว ซึ่งทำให้ลูกค้าเห็นว่าการสมัครสมาชิกมีผลดีกว่า เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
31	ศิลปะพิเศษใน Website Ensogo ที่มีส่วนลดสูงสุดถึง 75% เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มักจะหาส่วนลดของที่ต่างๆตามเว็บไซต์ ซึ่งเรามองเห็นตอนนี้ จึงเริ่มทำเมื่อปลายปีที่ผ่านมา
32	มีส่วนลดตามช่วงเวลาซึ่งไม่เหมือนกัน เช่น เดือนกุมภาพันธ์ถ้ามาเป็นคู่ก็มีส่วนลดพิเศษให้ที่ใช้วิธีนี้เพราะเราคิดว่าแตกต่างจากร้านอื่นๆ เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย เพราะไม่อยากจะเหมือนกับร้านอื่น
33	มีการจัดโปรโมชั่นเชิญชวนผู้ที่สนใจเข้ามาใช้บริการ เพราะลูกค้าคิดว่าโปรโมชั่นคุ้มกว่าการเข้ามาทำเป็นครั้งคราว เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
34	มีการจัดโปรโมชั่น มีการสมัครสมาชิกเพราะถ้าเราเปิดร้านแบบไม่มีโปรโมชั่นลูกค้าจะไม่ค่อยเข้า เราจึงทำการจัดโปรโมชั่นตั้งแต่เปิดร้านเลย
35	มีการจัดโปรโมชั่นลดราคา มีการบริการถึงห้องพัก เราเลือกใช้วิธีนี้เพราะลูกค้าบางคนเป็นผู้สูงอายุไม่สะดวกเดินทางลงมาเองและเริ่มใช้มาตั้งแต่เปิดเลย
36	จัดโปรโมชั่นตลอดไม่ให้ซ้ำกับที่ผ่านมา พยายามนำคอร์สใหม่ๆมาจัดอยู่เรื่อยๆ ส่วนใหญ่ธุรกิจสปาทุกร้านก็ต้องจัดโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นการขายอยู่แล้ว เริ่มใช้กันมานานแล้วตั้งแต่เปิดเลย
37	มีผ่านทาง Website ด้วยทางโฆษณาพร้อมกับรีสอร์ทและนำรายละเอียดรูปภาพ บรรยากาศของร้าน เข้าไปได้ด้วย วิธีจะดีที่สุดเพราะลูกค้าจะเห็นบรรยากาศภายในร้านได้ก่อนตัดสินใจ
38	ติดต่อกับทางโรงแรมให้รวม Package กับทางโรงแรม เช่นพัก 2 คืนแถมฟรี คอร์สนวดสปา มี Promotion ลดราคา, สะสมแต้ม ที่เลือกใช้วิธีนี้เพราะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ของแถม เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านมาเลย
39	ออก Promotion ใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจ มีการประชาสัมพันธ์สื่อความกับร้านค้ารอบข้างให้ช่วยสร้าง Promotion เช่นนวดสปา 1 คอร์ส รับกาแฟฟรี 1 แก้ว ที่เลือกใช้วิธีเหล่านี้เพราะคิดว่าลูกค้าต้องการของตอบแทนบ้าง เพื่อให้คุ้มค่างับเงินที่เสียไป
40	ก็จัดทำแฟนไชส์ให้ผู้ที่สนใจจัด Promotion ให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มนั้นๆมีคู่มือในการลดราคา ถ้าขอผ่าน Internet ที่เลือกใช้วิธีเหล่านี้เพราะมีผู้สนใจในธุรกิจที่มากและมีคนรักสุขภาพมาใช้บริการบ่อย เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
41	การจัดส่งเสริมการขาย เราใช้วิธี ทำคู่มือของสะสมจำหน่ายการใช้ บริหารโดยหากใครใช้ครบ 10 ครั้ง ในทุกๆ บริการเราจะแถมให้หนึ่งครั้ง โดยเลือกบริการใดจากทางร้านก็ได้ ในการบริการจำนวน 10 ครั้ง นับเฉพาะการบริการที่ใช้เวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไป (นับ 1 ครั้ง) เริ่มใช้วิธีการส่งเสริมการขายแบบนี้ ตั้งแต่เปิดร้านเป็นครั้งแรก
42	ส่วนใหญ่จะเดินไปเชียร์แขก เชิญมาลองใช้บริการ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินผ่านไปมา ที่ตั้งของร้านอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวจึงใช้วิธีนี้ ลูกค้าของเราไม่

คนที่	คำตอบ
43	<p>ค่อยมีขาประจำ ส่วนใหญ่เป็นชาจร (หมายถึงนักท่องเที่ยว) เริ่มใช้วิธีการเชียร์แขกตั้งแต่ช่วงแรกๆ เพราะร้านเราใหญ่มาก ช่วงหลังๆ เริ่มทำลูกก็เยอะขึ้น หมอที่ร้านจะไม่ว่างเลย มีการลดราคา คอร์ตพิเศษ มีคอร์ส เหมาะทำทุกอย่าง ราคาเดียว เพราะโปรโมชั่น เหล่านี้ดึงดูดความสนใจของร้าน ทำให้ลูกค้านิยมมาใช้บริการกันมาก</p>
44	<p>มีการลดราคาคอร์สยอดนิยม มีการทำแพ็คเกจราคาพิเศษ เพราะวิธีนี้จะช่วยประหยัดเงินในกระเป๋าของลูกค้าได้ เริ่มใช้มาตั้งแต่เป็นกิจการ</p>
45	<p>วิธีการส่งเสริมการขาย จะเป็นการส่วนลดค่าบริการ ซึ่งเริ่มใช้มานานแล้วการลดของร้านจะแตกต่างกันทุกเดือน เช่นเดือนนี้ การนวดไทยคิดชั่วโมงละ 200 บาท หากนวด 2 ชั่วโมงจะเป็น 400 บาท แต่โปรโมชั่นเราเดือนนี้ จ่ายเพียง 350 บาท ประหยัดกว่าเดิม 50 บาท</p>
46	<p>วิธีการส่งเสริมการขายของทางร้าน จะเป็นในเรื่องของส่วนลดในการบริการที่เลือกวิธีนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ เมื่อได้รับส่วนลดจากทางร้านจะรู้สึกว่าคุณค่าเมื่อจ่ายเงินออกไป ซึ่งเริ่มใช้วิธีนี้เมื่อช่วง ต.ค. 2556 เราจะมีการจัดส่วนลดประจำทุกเดือน โดยแต่ละเดือน จะมีส่วนลดที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับการจัด โปรโมชั่น ในช่วงนั้น</p>
47	<p>มีการจัดโปรโมชั่น ให้เหมาะสมกับเทศกาล และมีคอร์สพิเศษจัดให้อยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกอยากทดลองการให้ลูกค้าและบริการ ที่ใช้วิธีนี้เพราะต้องการให้ลูกค้าทุกคนมาเป็นลูกค้าประจำกับทางร้านใช้ตั้งแต่เปิดกิจการเลย</p>
48	<p>มี Promotion ซึ่งตอนนี้ก็จะมี PRC รับ Summer 390 บาท ทำครบวงจร ซึ่งการใช้วิธีนี้ช่วยกระตุ้นการขาย 200 บาท และเป็นการทำให้ลูกค้าพอใจในบริการของเรา เริ่มใช้ในช่วงๆ ของแต่ละเดือนไป</p>
49	<p>วิธีส่งเสริมการขาย เพิ่มลูกค้าของร้าน คือการจัดทำสมัครสมาชิกรายปีให้กับลูกค้าในราคาพิเศษ ซึ่งหากคิดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งจะถูกกว่าเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจให้เร็วขึ้น และเป็นการรักษาลูกค้าให้กลับมาใช้บริการให้ครั้งต่อไป โดยใช้มาตั้งแต่เปิดร้านในวันแรก แต่ช่วงเปิดแรกๆ การทำสมาชิกมีส่วนลด 10 เปอร์เซ็นต์ แต่ในช่วงหลังๆ ไม่มีส่วนลดแล้ว</p>
50	<p>มีการจัด คอร์สแถมคอร์ส สะสมแต้มรับของสมนาคุณ เพราะวิธีเหล่านี้ เป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าคิดว่าไม่ถูกเอาเปรียบ เริ่มใช้วิธีนี้ตั้งแต่เริ่มกิจการ</p>
51	<p>การส่งเสริมการขายของร้าน ที่คิดว่าเพิ่มมูลค่าได้ คือ การเปิดรับสมัครเป็นสมาชิกร้านแบบราย 6 เดือน และราย 1 ปี การสมัคร แบบนี้พยายามอธิบายข้อดีให้กับลูกค้าว่าหากเฉลี่ยต่อครั้งจะถูกกว่าเดิมที่ต้องจ่ายเป็นรายครั้งมาก ซึ่งวิธีนี้เริ่มใช้ตั้งแต่เริ่มเปิดกิจการและถือว่าเป็นวิธีที่ดีมากๆ เนื่องจากปัจจุบันเรามีสมาชิกราย 6 เดือนและราย 1 ปี ค่อนข้างเยอะ ทั้งเลือกใช้วิธีนี้เพราะเป็นการดึงดูดลูกค้าไม่ให้ไปไหน ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการของเราเรื่อยๆ</p>
52	<p>มีการจัดส่งข่าวสารให้กับสมาชิกเป็นประจำทุกเดือน ซึ่งจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการขายในเดือนนั้นๆ หรือ เกร็ดความรู้ที่น่าสนใจ เพราะวิธีนี้จะช่วยให้ลูกค้าได้รับรู้ข่าวสารใหม่ๆ จากทางเราอยู่เสมอ</p>
53	<p>มีการจัดระบบสมาชิกปีต่อปี มีแพ็คเกจเป็นคู่มือให้ลูกค้า และมีสิทธิพิเศษเฉพาะสมาชิกเท่านั้น เพราะวิธีเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการอยากทดลองใช้สินค้าและบริการ</p>

คนที่	คำตอบ
54	เพิ่มขึ้น ซึ่งวิธีนี้ใช้มาตั้งแต่เริ่มกิจการเลย จัดทำคอร์สสะสมมาใช้บริการครบ 10 ครั้ง ครั้งละ 2 ชั่วโมง จะได้นวดหรือทำสปาฟรี 2 ชั่วโมง เพิ่งเริ่มใช้วิธีนี้เมื่อช่วงต้นปี 2557 ลูกค้าก็จะเข้ามาใช้บริการเราอีกเรื่อยๆเพื่อสะสม ชั่วโมง เพื่อเข้ารับการบริการฟรี เลือกใช้วิธีนี้เพราะลูกค้าของร้านเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ บ้างคนไทยบ้างมีระยะมาอยู่ 3 – 15 วัน การนวดหรือการทำสปาเขาจะเข้าร้านเดิมที่เคยใช้บริการตลอดระยะเวลาอยู่
55	มีการจัดโปรโมชั่น คอร์สพิเศษๆ ลดราคาคอร์สที่แพงลง 30 เปอร์เซ็นต์ เพื่อกระตุ้นให้ทุกคนลองใช้บริการคอร์สอื่นๆ โดยทางร้าน ใช้วิธีนี้มานานตั้งแต่เปิดร้านจนถึงวันนี้ก็ยังใช้อยู่
56	มีการจัดทำสมาชิกรายเดือนและรายปีให้ลูกค้า ซึ่งคิดแล้วค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อครั้งถูกกว่า มีคอร์สแถมพิเศษด้วย เริ่มใช้แต่เปิดกิจการจนถึงปัจจุบัน
57	วิธีการส่งเสริมการขายมีการจัดทำสมัครสมาชิกรายปี ให้กับลูกค้าในราคาพิเศษซึ่งหากคิดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนจะถูกกว่า เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อให้เร็วขึ้น และเป็นการรักษาลูกค้าให้กลับมาใช้บริการครั้งต่อไปด้วย เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดกิจการมาจนถึงปัจจุบัน
58	มีการจัดทำสมาชิก รายเดือนและรายปีให้กับลูกค้าในราคาพิเศษมีสิทธิพิเศษในช่วงเปิดกิจการในเดือนแรก และมีการสะสมแต้มด้วยเริ่มใช้เปิดร้านและบางโปรโมชั่นก็ใช้เป็นช่วงๆไป
59	มีการจัดโปรโมชั่น ลดราคาคอร์สให้กับบุคคลทั่วไป ส่วนสมาชิกจะมีคูปองส่วนลดให้เราจะซื้อเป็นแพ็คเกจ เริ่มใช้ตั้งแต่ร้านเปิดเป็นต้นมา
60	มีการจัด โปรโมชั่น นวดครบวงจร มีการสมัคร สมาชิกเพื่อเพิ่มสิทธิพิเศษเพราะโปรโมชั่นที่จัดลูกค้า ให้ความสนใจและได้เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้าน
61	มีการจัด โปรโมชั่น เอาใจลูกค้า ลดราคา เพิ่มคอร์ส แถมฟรี ลูกค้าชอบมากๆ เป็นสิทธิพิเศษที่เราให้กับสมาชิกกับทางสปาของเราเริ่มใช้ตั้งแต่ร้านเปิดเลย
62	มีการจัดโปร ลดราคาสมัครสมาชิก เพราะวิธีนี้จะช่วยกระตุ้นยอดขายได้มากกว่าเปิดร้านไปวันๆ เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้าน
63	มีการจัดโปรโมชั่นในราคาที่ถูกลงกว่าปกติ เช่น นวดไทย 1 ชม. 99 บาท ช่วยทำให้ลูกค้าที่อยากผ่อนคลายเข้ามาใช้บริการมากขึ้น เริ่มใช้มาตั้งแต่เปิดร้านแล้ว
64	มีการจัดโปรโมชั่น ส่งเสริมการขาย โดยจะมีทั้งส่วนลดและสิทธิพิเศษ 1 แกรม 1 เพราะวิธีแบบนี้จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเข้ามาที่ร้านได้ง่าย เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
65	มีการจัด โปรโมชั่น ให้ลูกค้าไป เพื่อให้ลูกค้าได้รู้ว่า ทางร้านจะมีสิทธิพิเศษให้ลูกค้า เพราะการจัดโปร จะช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับอะไรมากกว่าจ่ายไปในแต่ละครั้ง เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านของแต่ละเดือน
66	มีการจัดระบบสมาชิกปีต่อปี มีแพ็คเกจเป็นคูปองให้ลูกค้า และมีสิทธิพิเศษเฉพาะสมาชิกเท่านั้น เพราะวิธีเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการอยากทดลองใช้สินค้าและบริการเพิ่มขึ้น เริ่มใช้ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการจนถึงปัจจุบัน
67	มีการลดราคาผลิตภัณฑ์ จัดสมาชิกรายเดือน รายปี ทำให้สมาชิกมาใช้บริการเยอะ เริ่มใช้ตั้งแต่ช่วงยอดขายตกลงกว่าเดิม

คนที่	คำตอบ
68	มีการลดราคาตามเทศกาลต่างๆ เช่น วาเลนไทน์ และมีการจัด ส่วนลดด้วย เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดกิจการแล้ว
69	มีการจัดโปรโมชั่น ส่งเสริมการขาย โดยจะมีทั้งส่วนลดและสิทธิพิเศษ 1 แกรม 1 เพราะวิธีแบบนี้จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเข้ามาที่ร้านได้ง่าย และส่วนลดราคาพิเศษ เช่น 199 บาท แกรมขนาดบ๊อบด้วย เราเริ่มใช้โปรโมชั่นตั้งแต่เปิดกิจการในวันแรกๆ
70	Promotion พิเศษสำหรับร้านสมัครสมาชิกรายปีเพื่อส่งเสริมยอดขายให้มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แน่นอนเริ่มใช้วิธีนี้มาตั้งแต่เปิดกิจการ
71	ส่งเสริมการขายใช้ลักษณะการเป็น member หากเปรียบเทียบกับการใช้บริการต่อครั้ง ค่าบริการจะถูกกว่า เหตุผลที่เลือกใช้วิธีนี้การสมัครเป็น member จะสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการกับเราได้ตลอด ทางร้านได้ใช้มาตั้งแต่วันแรกเปิดร้าน
72	วิธีส่งเสริมการขายทางโรงแรมใช้วิธีจัด โปรโมชั่น ร่วมกับธนาคารต่างๆ ผ่านทางบัตรเครดิต ซึ่งเริ่มใช้มานานแล้ว
73	มี Promotion ซึ่งตอนนี้จะมี คอร์สพิเศษ มีขนาดแมคคาเดเมีย 900 บาท ต่อ 2 ชม. ทำครบวงจร ซึ่งการใช้วิธีนี้ ช่วยกระตุ้นการขายและเป็นการทำให้ลูกค้าพอใจในบริการของเรา เริ่มใช้ตั้งแต่ลูกค้าประจำเยอะๆ
74	ให้สมัครสมาชิก เพราะเป็นการดึงดูดลูกค้าใช้บริการไปกันไหนให้กลับมาใช้อีก
75	ใช้บัตรกำนัลมาใช้สปา ในราคาถูกแสนถูก ใช้วิธีนี้เพราะ ทำให้ลูกค้าได้มากโดยเฉพาะในช่วงวันที่ทุกคนทำงานหนักท่องเที่ยวเหนื่อย ซึ่งเริ่มใช้เมื่ออาทิตย์ที่ผ่านมา
76	เสนอคูปองและโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น คูปองแถม นวดประคบเริ่มใช้เมื่อ 8 เดือน
77	ใช้ บริหารโดยหากใครใช้ครบ 10 ครั้ง ในทุกๆ บริการเราจะแถมให้หนึ่งครั้ง โดยเลือกบริการใดจากทางร้านก็ได้ ในการบริการจำนวน 10 ครั้ง นับเฉพาะการบริการที่ใช้เวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไป (นับ 1 ครั้ง) เริ่มใช้วิธีการส่งเสริมการขายแบบนี้ ตั้งแต่เปิดร้านเป็นครั้งแรก
78	มีคูปองสะสมการบริการ เข้าครบ 6 ครั้ง แถมพรีนวดไทย 1 ครั้ง ซึ่ง 6 ครั้งที่ว่าต้องรับบริการ 2 ชม. ขึ้นไป ที่เลือกใช้วิธีนี้ลูกค้าถามถึง โปรโมชั่น บ่อยมาก และเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการ เริ่มใช้เมื่อ 1 มกราคมที่ผ่านมา
79	มีการลดราคาคอร์สยอดนิยม มีการทำแพ็คเกจราคาพิเศษ เพราะวิธีนี้จะช่วยประหยัดเงินในกระเป๋าของลูกค้าได้ เริ่มใช้มาตั้งแต่เป็นกิจการ
80	การส่งเสริมการขายเราใช้ลักษณะการสมัครสมาชิก จะมี 2 แบบ แบบ Aคือสมัคร 500 บาท แบบ B สมัคร 10000 ซึ่งจำนวนแล้วจะถูกเรียกว่าใช้บริการ แบบเป็นครั้งๆ เราเริ่มมีการส่งเสริม การขายแบบนี้มาตั้งแต่ มีการเปิดร้านวันแรก
81	Promotion ของร้านจะมีส่วนลดให้ตามเดือนต่างๆ แต่ละเดือนจำนวนส่วนลดจะไม่เท่ากัน ซึ่งวิธีนี้เริ่มใช้เมื่อ 3 เดือนที่ผ่านมา ผลตอบรับจากลูกค้าค่อนข้างดี
82	มอบส่วนลดให้ลูกค้า ซึ่งปีนี้อยู่ช่วงเวลากิจการจัดการแคมเปญว่ายอดการบริการส่วนไหนที่น้อยเราก็จัดแคมเปญส่วนนั้น ซึ่งก่อนที่จะมีการจัดแคมเปญ ยอดขายของเราไม่ค่อยดี คนมาใช้

คนที่	คำตอบ
	บริการน้อย แต่หลังจากจัดแล้วยอดของเราเพิ่มขึ้นจากเดิมมาก ซึ่งใช้มาได้เมื่อ 2 สัปดาห์ที่ผ่านมา
83	ให้ลูกค้าสมัครสมาชิกของร้านเป็นการผูกขาดกับลูกค้า แต่ติดต่อกู้เพราะทำให้ลูกค้าประหยัดเกือบเท่าหนึ่งเพราะเมื่อคำนวณเปรียบเทียบแล้ว ค่าใช้จ่ายต่อครั้งแล้วจะประหยัดกว่าเยอะมาก ๆ ซึ่งการสมัครสมาชิกเรามีมาตั้งแต่เปิดดำเนินการธุรกิจ
84	สมาชิก หรือ member ให้ลูกค้าได้สมัคร พยายามดึงลูกค้าที่เคยใช้บริการให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งผลตอบรับดี
85	ส่วนใหญ่เป็นส่วนลด เมื่อรับบริการต่างๆ เช่น นวดไทย 2 ชม. ลดเหลือ 350 นวดน้ำมัน 1 ชม. 700 เหลือ 600 ที่เลือกวิธีเพราะ สามารถดึงดูดเพื่อให้เข้ามาใช้บริการได้เยอะ เริ่มใช้ตั้งแต่ร้านเปิดให้บริการ
86	member ให้ลูกค้าได้สมัคร พยายามดึงลูกค้าที่เคยใช้บริการให้กลับมาใช้บริการอีกครั้ง เลือกใช้วิธีนี้เพราะต้องการให้ลูกค้า นึกถึงสปา หรือการนวดแผนไทยให้นึกถึงร้านของเราเริ่มใช้วิธีการส่งเสริมการขาย แบบนี้ตั้งแต่มีการเปิดร้าน
87	มีการจัดโปรโมชั่น สมัคร รายปี แคมคอร์สพิเศษ ซึ่งราคา รวมค่าสมาชิกจะถูกกว่ามากทำเป็นครั้งๆไป ซึ่งลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์มาก คือเราต้องการดึงลูกค้าให้อยู่กับเราให้นานที่สุด และการต่ออายุสมาชิกก็จะมีราคาที่ถูกลงกว่าเดิม 20 เปอร์เซ็นต์ เริ่มใช้ตั้งแต่เริ่มเปิดร้านใหม่ๆ
88	มีการทำสมาชิกรายปี ถ้าสมัครเราจะมีผลิตภัณฑ์ของทางร้านแถมให้ฟรี โดยไม่คิดตังเพิ่ม ทำให้ทางร้านมีลูกค้าอย่างยาวนาน อย่างน้อยก็หนึ่งปี เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเลย
89	มีการจัด โปรโมชั่น ให้ลูกค้าไป เพื่อให้ลูกค้าได้รู้ว่า ทางร้านจะมีสิทธิพิเศษให้ลูกค้า เพราะการจัดโปรโมชั่นจะช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับอะไรมากกว่าจ่ายไปในแต่ละครั้ง เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านของแต่ละเดือน
90	มีการจัดระบบสมาชิกปีต่อปี มีแพ็คเกจเป็นคูปองให้ลูกค้า และมีสิทธิพิเศษเฉพาะสมาชิกเท่านั้น เพราะวิธีเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการอยากทดลองใช้สินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ซึ่งวิธีนี้ใช้มาตั้งแต่เริ่มกิจการเลย
91	มีการจัดโปรโมชั่น ทุกๆเดือน เพื่อกระตุ้นให้กับลูกค้าที่เข้าใจบริการ พร้อมทั้งมีการจัดทำสมาชิกรายปี เพราะการที่ทางร้านของเรามีการจัดโปรโมชั่น จะแสดงให้กับลูกค้าทางร้านเรามีสิทธิพิเศษ เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านจนถึงปัจจุบัน
92	มีการจัดโปรโมชั่น ให้เหมาะสมกับเทศกาล และมีคอร์สพิเศษจัดให้อยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกอยากทดลองการให้ลูกค้าและบริการ ที่ใช้วิธีนี้เพราะต้องการให้ลูกค้าทุกคนมาเป็นลูกค้าประจำกับทางร้านใช้ตั้งแต่เปิดกิจการเลย
93	ผ่านพบ , อินเทอร์เน็ต โดยจะทำเว็บไซต์ของทางร้านขึ้นมา ภายในเว็บจะมีรายละเอียดต่างๆ ภายในร้าน ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ง่าย เพราะสามารถมองเห็นภาพได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ดีที่สุด
94	มีการลดราคา คอร์สพิเศษ มีคอร์ส เหมาะทำทุกอย่าง ราคาเดียว เพราะโปรโมชั่น เหล่านี้ดึงดูดความสนใจของร้าน ทำให้ลูกค้านิยมมาใช้บริการกันมาก

คนที่	คำตอบ
95	มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาพิเศษ มีการทำแพ็คเกจ ลดราคาให้กับลูกค้า เพราะการจัดโปรโมชั่นจะช่วยกระตุ้นความต้องการทำสปาเพราะได้ราคาพิเศษที่ถูกกว่าปกติ เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดร้านเป็นต้นมา
96	Promotion พิเศษสำหรับร้านสมัครสมาชิกรายปีเพื่อส่งเสริมยอดขายให้มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แน่นอนเริ่มใช้วิธีนี้มาตั้งแต่เปิดกิจการ
97	มีการจัดคูปองพิเศษ รวมทุกคอร์ส ราคาเดียว เช่นราคาปกติ 900 ก็จะขายเพียง 4900 บาท ก็จะได้ส่วนลด 4100 บาท ซึ่งลูกค้ามองว่าคุ้มค่ามากกว่า ที่เลือกใช้วิธีนี้เพราะจะการันตีได้ว่าลูกค้าใช้บริการของเราแน่นอน เริ่มใช้มาตั้งแต่เปิดร้านเลย
98	มีการลดราคาคอร์สยอดนิยม มีการทำแพ็คเกจราคาพิเศษ เพราะวิธีนี้จะช่วยประหยัดเงินในกระเป๋าของลูกค้าได้ เริ่มใช้มาตั้งแต่เป็นกิจการ
99	การจัดคอร์สพิเศษ และสามารถมาใช้บริการฟรีสำหรับลูกค้าที่พักห้อง quite ขึ้นไปโดยจะมีคูปองให้ สามารถใช้ได้ 2 ท่าน ต่อหนึ่งห้องพัก ที่ใช้วิธีนี้จะได้ประโยชน์กับทางรีสอร์ทและสปา ลูกค้าจะจองห้องพักในราคาสูงขึ้น เพราะจะทำสปาด้วย
100	คือ การจัดทำสมาชิกรายปี , ๕ป่วงส่วนลด สำหรับลูกค้าทำไป ถ้าสมาชิกก็จะได้รับสิทธิพิเศษมากมาย เพราะโปรโมชั่นจะทำให้ลูกค้าอยู่กับเรานานกว่า เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดกิจการเลย

6. ท่านมีวิธีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสปาอย่างไร ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ใดบ้าง และผลตอบรับจากการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการนั้นๆ อย่างไร

คนที่	คำตอบ
1	ผ่านทางทีวีที่ติดในห้องพักทางโรงแรม มี BROOIT CRR ตามห้องพักต่างๆ ผลตอบรับที่ได้มีลูกค้าทางโรงแรมมาใช้บริการเป็นจำนวนมากกว่าที่ผ่านมา
2	มีทั้งอินเทอร์เน็ต ป้ายหน้าร้าน มีแผ่นพับด้วยนะ เพราะสิ่งเหล่านี้จะเข้าถึงผู้คนได้มากกว่าวิธีการอื่นๆ ผลตอบรับคิดว่า จากสื่ออินเทอร์เน็ตจะดีมาก เพราะลูกค้าได้เห็นรายละเอียดของทางร้านมากกว่าสื่อใดๆ
3	มีผ่านสื่อวิทยุ , ป้าย , อินเทอร์เน็ต , ใบปลิว เพราะ สื่อเหล่านี้ เข้าถึงคนได้ง่ายและจำนวนมาก ผลตอบรับจากสื่อเหล่านี้ก็ค่อนข้างดี มีลูกค้าโทรเข้ามาสอบถามเรื่อยๆ
4	มีป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน , แผ่นพับโฆษณา เพราะสื่อเหล่านี้ จะมีความน่าสนใจตรงที่รายละเอียดในแผ่นโฆษณานั้นๆ ผลตอบรับค่อนข้างดี มีผู้สนใจให้เข้ารับบริการได้มากขึ้น
5	มีป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน และมีการพูดคุยกับลูกค้าที่มาใช้บริการ ผลตอบรับก็ดีนะ แต่แนะนำว่า ลองใช้สื่อพวกอินเทอร์เน็ต น่าจะดีกว่าก็เลยคิดว่าจะลองหาคนทำดู
6	มีป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน , แผ่นโฆษณา โดยการใส่รายละเอียดลงในสื่อทั้งหมด เพราะสื่อเหล่านี้สามารถถือไปบอกต่อได้ ผลที่ได้ก็มีลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น

คนที่	คำตอบ
7	ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ ใส่รายละเอียดลงไปบนอินเทอร์เน็ต ทุกวันนี้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้าถึงง่ายมาก ทำให้มีผู้สอบถามเข้ามาเยอะ
8	Brochures และป้ายหน้าร้าน สามารถดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพราะสื่อเหล่านี้ จะช่วยให้ลูกค้ามองเห็นรายละเอียดทุกอย่างได้ ผลตอบรับคือ มีการบอกต่อกัน จากปากต่อปาก จะมีคนมาใช้บริการมากขึ้น
9	ผ่านสื่อ Facebook อย่างเดียวเลย เพราะไม่เสียค่าโฆษณาเลย ลองเข้าไปดูข้อมูล A NAILS SPA & SALON ซึ่งผลตอบรับดีมาก มีคน Add Facebook ของทางร้านเยอะมากๆ
10	ก็ทาง website , ป้ายหน้าร้าน ที่ใช้แบบนี้เพราะคนที่ผ่านไปผ่านมาหรือมี Smartphone สามารถเข้าไปดูรายละเอียดของทางร้านได้ ผลตอบรับค่อนข้างดี เพราะมีรูปภาพบรรยายประกอบ เพราะคนส่วนใหญ่จะไม่ค่อยเข้ามาสอบถามในร้านโดยตรงก็จะใช้วิธีโทรมาสอบถามมากกว่า
11	ผ่านทาง Facebook / Website เพราะอย่างที่บอก ต้นทุนนี้ได้ผลชัดเจนและทาง Facebook เราสามารถตอบได้ทันทีที่ลูกค้าถามมา ผลตอบรับดีมาก
12	ผ่าน Facebook ทางเดียวเลย เพราะมันเป็นวิธีที่เราจะใส่รายละเอียดได้มากที่สุด ผลตอบรับค่อนข้างดีนะกับการโฆษณาแบบนี้
13	ทาง Internet เพราะมีการแสดงความคิดเห็นที่เราสามารถตอบกลับได้ทันที ผลตอบรับก็จะมีทั้งการโทรจอง ของจองผ่าน web เลยก็มี ทำให้มีโอกาสในการทำธุรกิจเพิ่ม
14	ผ่านสื่อ Internet และป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน ที่เลือกผ่านสื่อเหล่านี้เพราะเข้าถึงทุกคนได้ง่ายกว่าวิธีอื่นๆ ผลตอบรับที่ได้มา คือผู้คนให้ความสนใจเข้ามาติดต่อสอบถามทาง Webboardและโทรศัพท์มากมาย
15	มีผ่านสื่อ Internet , วิทยุ , เคเบิลท้องถิ่น , หนังสือพิมพ์ สื่อเหล่านี้เข้าถึงผู้คนได้หลากหลายและทั่วถึง โดยเฉพาะ Internet เว็บไซต์ของโรงแรมมีคนจองจำนวนมาก
16	สื่อที่ประชาสัมพันธ์ จะมีสื่อเดียวเลยคือ Facebook เพราะสื่อนี้เข้าถึงผู้คนได้มากที่สุด ผลตอบรับที่ได้รับคือ ลูกค้าทำงานกดไลค์เพจที่โฆษณากันมาก
17	ผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์,Internet,Youtube ผลตอบรับดีมาก ลูกค้าแจ้งว่าได้เห็นภาพบรรยากาศเลยสนใจที่จะมา ที่เลือกผ่านสื่อเหล่านี้เพราะสมัยนี้มีสื่อก็สามารถหาข้อมูลได้ จึงคิดว่าน่าจะเป็นสื่อที่ดีที่สุด
18	ผ่านทาง Internet , Social Network ต่างๆ เพราะคนแทบจะทุกคนมี Smart phone สามารถดู Review ของเราก่อนตัดสินใจได้ ผลตอบรับดีมาก ๆ ลูกค้าชอบบรรยากาศที่ชมในCilp Youtube
19	ผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์,Internet,วิทยุ,ใบปลิว ผลตอบรับของการประชาสัมพันธ์ก็ค่อนข้างดี มีโทรสอบถามพร้อมทั้ง Walk-In เข้ามาเองด้วย
20	ประชาสัมพันธ์ทาง Internet,ป้ายโฆษณา,ใบปลิว ผลตอบรับที่ได้มาคือ ลูกค้าสนใจในรายละเอียดต่างๆ บางคนก็โทรมาบอกว่าร้านน่าเข้า เค้คคงดูจาก Website

คนที่	คำตอบ
21	มีการโฆษณาทาง Internet , ป้ายโฆษณา ผลการตอบรับจะต่างกันนะ ทาง Internet จะมีคนสนใจเข้ามามากกว่าทางป้าย คนผ่านไปมาเห็นแต่ไม่เข้ามาในร้าน
22	สื่อที่ใช้จะเป็นใช้พวกป้ายโฆษณา, Internet, ใบปลิวผ่านสื่อเหล่านี้ เพราะเข้าถึงผู้คนได้ง่ายกว่า ผลตอบรับมีลูกค้าสนใจเข้ามาใช้บริการกันมากพอสมควร
23	ผ่านระบบ Internet, ใบปลิว, ป้าย ที่เลือกผ่านสื่อเหล่านี้เพราะว่าง่ายต่อการเข้าถึงของลูกค้า และได้ผลตอบรับที่ดีจากลูกค้าด้วยการสอบถามทางโทรศัพท์มากขึ้น
24	ผ่านป้ายร้านค้า, ป้ายโฆษณา, แผ่นพับแต่ที่ดีที่สุดคือ แผ่นพับ เพราะลูกค้าจะสามารถอ่านรายละเอียดได้ และมีส่วนลดในแผ่นพับด้วย ผลตอบรับคือ ค่อนข้างดี
25	ผ่านสื่อ Internet อย่างที่บอกว่าไม่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ผลตอบรับ ลูกค้าโทรมาสอบถามข้อมูลกันมากขึ้น
26	สื่อเดียวคือป้ายหน้าร้าน และสถานที่ต่างๆ สามารถดึงความสนใจ สำหรับผู้ที่ผ่านไปผ่านมาได้ดีทีเดียว ที่เลือกทำแบบนี้เพราะเป็นการโฆษณาที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก
27	ผ่านทาง Website ของรีสอร์ท เพราะเดี๋ยวนี้คนจะไปพักที่ไหนก็จะดูจาก Internet เลย เพราะสามารถดูรูปภาพประกอบไปได้ด้วย ถ้ามีแต่ป้ายโฆษณาก็จะมีลูกค้าเพียงแค่นั้นเท่านั้น ผลตอบรับ ก็มีลูกค้าต่างถิ่นเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
28	ผ่าน Facebook เพราะ Social Network นี้เข้าถึงคนทั่วไปได้ง่าย และรวดเร็ว ผลตอบรับค่อนข้างดีมีคนให้ความสนใจมาก และยังมีคนโทรมาสอบถามด้วย
29	ส่วนทางเว็บไซต์ทุกวันนี้ธุรกิจสปาทุกร้านจะทำเว็บไซต์ทั้งหมด พวกป้ายโฆษณาจะหาได้น้อยเพราะมันมีต้นทุนในการทำ เพราะฉะนั้นวิธีทางเว็บไซต์จะได้ผลดีที่สุด ผลตอบรับก็ดี ลูกค้าจะโทรมาสอบถามว่า รวมกับแพ็คเกจห้องพักอย่างไร ราคาเท่าไรก็ถือว่าน่าพอใจ
30	ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพราะอย่างที่เข้าใจกันว่าโลกอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้เข้าถึงได้ง่ายมาก และผลตอบรับค่อนข้างดี กระแสในโลกอินเทอร์เน็ตพูดถึงมาก
31	มีทางอินเทอร์เน็ต เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตเนี่ย ผู้คนเข้าถึงได้ง่ายสะดวก ผลการตอบรับมีคนเข้ามาซื้อดีลมากกว่าปกติจนบางครั้งจะโทรมาสอบถามด้วยว่าจะมีอีกหรือไม่
32	ผ่านทาง Internet, ป้ายหน้าร้าน เพราะสิ่งเหล่านี้เข้าถึงผู้คนได้ง่ายกว่า สื่ออื่นๆ และมีต้นทุนต่ำเหมือนกันกับวิธีพวกนี้ ผลตอบรับมีคนให้ความสนใจมาก
33	มีป้ายโฆษณาและป้ายหน้าร้าน คนมาใช้บริการเยอะมากกว่าเดิมและบอกว่าป้ายโฆษณามีจุดด้อยไปนิดนึง ตรงความเก่าของป้าย
34	มีทาง Internet เพราะสื่อนี้คนเข้าถึงได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ และผลตอบรับที่ตามมาคือมีลูกค้าโทรเข้ามาสอบถามเป็นจำนวนมากกว่าเดิม
35	มีสื่อทางอินเทอร์เน็ตด้านเดียว เพราะเข้าถึงทุกคนได้ง่ายมากๆ ผลตอบรับคือมีคนโทรเข้ามาสอบถามและขอจองผ่านทางโทรศัพท์กันหลายครั้ง
36	มีทางอินเทอร์เน็ต, ป้ายโฆษณา, แผ่นพับด้วย เพราะสิ่งเหล่านี้จะเข้าถึงผู้คนได้ง่ายกว่า ผลตอบรับคือมีคนให้ความสนใจ สอบถามมาเป็นจำนวนมากทีเดียว
37	ผ่านทาง Website ค่อนข้างให้ผลดีนะ มีทั้งโทรสอบถาม สอบถามผ่านทาง

คนที่	คำตอบ
	Webboardของรีสอร์ทแอนด์สปาของเราทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
38	มีทาง Website ส่วนตัวของทางร้านสปาเอง และมีรวมอยู่ในข้อมูลของทางโรงแรม มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อให้ลูกค้าสอบถามได้ ผลตอบรับค่อนข้างดี มีลูกค้าสนใจมาใช้บริการมาก
39	ผ่านกับวิทยุชุมชนให้ DJ พูดประชาสัมพันธ์ ผลตอบรับคือผู้ที่ฟังโทรเข้ามาสอบถามกับทางรายการและทางร้านโดยตรง
40	ผ่านทาง Website , Youtube , Facebook มีบทความรีวิว รูปภาพ คลิปวิดีโอ ประกอบผลตอบรับผู้สนใจมาแสดงความคิดเห็นและสอบถามรายละเอียดกันมาก
41	การประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนใช้บริการเรามากขึ้น น่าจะเป็นป้ายหน้าร้าน และการบอกต่อของลูกค้า ลูกค้าของเราส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัว ผลตอบรับค่อนข้างดีเพราะเราเน้นการบริการที่ดี บริการด้วยใจ ผลลัพธ์ของทางร้านก็มาจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย
42	วิธีการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักร้านใช้สื่อป้ายหน้าร้านที่เป็นธงปักหน้าร้าน ป้ายร้าน และการแนะนำลูกค้าที่เดินผ่านไปมาหน้าร้านที่ใช้สื่อเหล่านี้ เพราะอยากให้ร้านเด่นและคนรู้จักมากขึ้น ผลตอบรับจากสื่อ ค่อนข้างดีคนเข้ามาใช้บริการมากขึ้นจนหมดช่วงนี้ไม่ว่างต้องจองคิว
43	ป้ายหน้าร้าน , แผ่นใบปลิว เพราะสื่อเหล่านี้ต้นทุนต่ำทำให้หารทำสื่อพวกนี้ขึ้นมาเป็นเรื่องง่ายๆ ผลตอบรับลูกค้าสนใจและอยากทราบรายละเอียดของสปา + เล็บกันมากขึ้น
44	มีการประชาสัมพันธ์ส่วน ใบปลิว , ป้ายหน้าร้าน ผลตอบรับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเหล่านี้ ได้ผลที่ดี และการโฆษณาผ่านสื่อเหล่านี้ ต้นทุนต่ำด้วย ทำให้ทางร้านเรายึดสิ่งนี้เป็นหลัก
45	การประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักร้านจะมาจากป้ายหน้าร้านตามที่กล่าวไว้ในข้อ 4 เหตุผลตามข้อ 5 ที่เคยบอกไว้ ในย่านที่ตั้งของร้านไม่มีร้านนวดสปาเลย หากที่ร้านทำป้ายตั้งไว้ที่หน้าร้านคนผ่านไป - มา เห็นก็จะและเข้ามาใช้บริการ เพราะป้ายคนเข้ามาเยอะกว่าเดิมจากตอนก่อนที่ยังไม่มีป้าย
46	การประชาสัมพันธ์ยังใช้ Facebook เหมือนเดิม เนื่องจากเป็นสิ่งที่เข้าถึงคนอื่นๆ ในเวลาที่รวดเร็ว ผลตอบรับทำได้จากการใช้สื่อนี้ ด้วยทำให้ลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง
47	มีป้ายหน้าร้าน แผ่นพับโฆษณา เพราะสื่อเหล่านี้ทำให้ ลูกค้าที่เดินผ่านไปมา สามารถนำกลับไปศึกษารายละเอียดได้ง่าย และผลตอบรับก็ดีมาก ถึงวันนี้
48	อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ เพราะสื่อเหล่านี้จะช่วยให้ ทุกคนเข้าใจและทราบถึงร้านของเราว่ามีการบริการด้านใดบ้าง ผลตอบรับคือลูกค้าสนใจ แล้วเข้ามาใช้บริการ
49	วิธีการประชาสัมพันธ์เราใช้ 1.ป้ายชื่อร้าน 2.แผ่นพับหรือโบชัวร์ 3.การบอกต่อของลูกค้า ที่เลือกใช้บริการ 3 วิธีนี้เพราะจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีสถานที่เยอะนิคมอุตสาหกรรม เยอะ ชุมชนค่อนข้างกระจุกตัวไม่ว่าจะเป็นแบบ 1 2 และ 3 จะเป็นวิธีที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ดีที่สุด ผลของการใช้สิ่งทั้ง 3 พบว่า ยอดขายมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงแม้มันจะไม่ค่อยแตกต่างกัน

คนที่	คำตอบ
50	จากร้านคู่แข่ง มีสื่ออินเทอร์เน็ต แผ่นพับ เพราะวิธีนี้ช่วยให้ลูกค้ามีความสนใจที่จะเข้ามาทดลองสินค้าและบริการ และใช้งบประมาณที่ไม่สูงมาก ผลตอบรับมีลูกค้า Walk – in เข้ามาใช้บริการเยอะขึ้น
51	วิธีการประชาสัมพันธ์ของร้านคือการบอกข้อมูลข่าวสารของร้านผ่าน ป้ายคิดเอาท์ และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านลูกค้าด้วยวิธีการบอกต่อ ที่เลือกใช้ 2 วิธี เพราะป้ายคิดเอาท์ มันเด่นค่าใช้จ่ายไม่แพง ส่วนการที่ลูกค้าบอกต่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้าคนอื่นๆ ที่ยังไม่เคยมาใช้บริการของเรา เพราะมันเป็นการประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือเหมือนกับว่าคนที่ใช้บริการมาแล้วใช้ดีจึงบอกต่อ
52	มีป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน โฆษณาในนิตยสาร เพราะสื่อเหล่านี้จะผ่านตาทุกคนได้ง่าย ทำให้เข้าใจ และกระตุ้น อยากให้เข้ามาทดลองใช้สินค้าและบริการของทางร้านเรา ผลตอบรับมีคนเข้ามาใช้บริการมากกว่า แต่ก่อน
53	ทางสื่อวิทยุ อินเทอร์เน็ต เพราะสื่อพวกนี้จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกกลุ่ม ผลตอบรับ ของสื่อเหล่านี้ทำให้ลูกค้ามีความสนใจการทำสปากันมากขึ้น
54	วิธีการประชาสัมพันธ์ ให้คนรู้จักตัวเองจะเดินออกไปเชียร์ แยกให้เข้ามาร้านเอง และจะมีป้ายไว้นิวส์บอกชื่อร้านตรงทางเดินหน้าร้าน ว่าที่นี่มีบริการสปา ที่ใช้วิธีนี้ เพราะนักท่องเที่ยวมาเมืองไทยก็อยากลิ้มลองการนวดไทย เป็นทุนเดิมอยู่แล้วแต่ด้วยความที่บางแสนบริเวณนี้มีหลายร้านลูกค้าอาจจะลังเล ซึ่งหาเราไปเชื่อเชิญแขกเองเขาก็จะตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ผลตอบรับ จำนวนลูกค้าเข้าร้านมากขึ้น และจะเก็บคูปองสะสมชั่วโมงครั้งต่อไปก็จะเข้ามาใช้บริการอีกเรื่อยๆ จนกว่าจะกลับบ้าน
55	มีผ่านสื่อแผ่นพับโฆษณา , ป้ายหน้าร้าน โดยร้านมีรายละเอียด price list ผลตอบรับจากการสื่อประชาสัมพันธ์แบบนี้มีลูกค้าสนใจและ เข้ามาใช้บริการกับทางร้านเรามากขึ้น
56	มีแผ่นพับ โฆษณาในนิตยสาร เพราะสื่อเหล่านี้จะผ่านตาทุกคนได้ง่าย ทำให้เข้าใจ และกระตุ้น อยากให้เข้ามาทดลองใช้สินค้าและบริการของทางร้านเรา ผลตอบรับมีคนเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
57	ป้ายไว้นิวส์หน้าร้านแต่ทางร้านอาศัยว่าเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้านแล้วและได้รับการบริการเราจะให้พนักงานนวดด้วยใจ หรือการทำสปาด้วยใจบริการ ตั้งใจนวดตั้งใจดูแลลูกค้าพยายามพูดคุยเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเองผ่อนคลาย จากนั้นเริ่มถามถึงระดับการนวดหรือสปาให้ลูกค้าให้รู้สึกว่าคุณค่าได้ถูกทางร้านใส่ใจเรื่องการบริการเป็นที่ 1 พอลูกค้ากลับไปก็จะไปบอกต่อกับทางญาติๆ สาเหตุที่เน้นการบอกต่อเนื่องจากด้วยความเป็นธุรกิจสปาการบริการนั้นสำคัญเป็นที่ 1 หากลูกค้ามีความพึงพอใจลูกค้าจะบอกต่อและจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
58	ผ่านทางแผ่นพับ , ป้ายหน้าร้าน เว็บไซต์ทางร้าน สื่อเหล่านี้จะช่วยให้ผู้สนใจรู้จักร้านมากขึ้นและจะได้รับข้อมูลด้วยว่าสปามีการให้บริการอย่างไร ผลตอบรับก็มีลูกค้าสนใจมาใช้บริการมากขึ้น

คนที่	คำตอบ
59	มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต ,ใบปลิว ,ป้ายหน้าผลตอบรับก็จะมีลูกค้าโทรมาสอบถามบางครั้งใบปลิวจะแนบส่วนลดให้ด้วย
60	มีทางอินเทอร์เน็ต, ป้ายหน้าร้าน ,แผ่นพับ สื่อเหล่านี้จะช่วยให้ผู้สนใจรู้จักมากขึ้นและจะได้รับข้อมูลด้วยว่าสปามีการให้บริการอย่างไร ผลจากการสื่อแบบนี้ลูกค้ามีการสนใจโทรมาสอบถามเยอะมาก
61	มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต รีวิว บทความต่างๆ ทางเว็บไซต์ที่ไหนเข้าหาข้อมูลก่อนจะมาเข้าร้าน ผลตอบรับ คือลูกค้าเข้ามาในร้านมากขึ้น
62	ผ่านป้าย โฆษณา , แผ่นพับใบปลิว เพราะลงทุนน้อย ผลตอบรับลูกค้ามาใช้งานที่ร้านเยอะ
63	ผ่านสื่อทางนิตยสาร แผ่นพับ เพราะสื่อ เหล่านี้มีรูปภาพให้คนเห็นมีข้อความให้คนอ่านทำให้เข้าถึงผู้คนได้มากกว่าสื่ออื่นๆ ผลตอบรับ ลูกค้าก็สนใจการบริการของเรา
64	ประชาสัมพันธ์ ผ่านแผ่นพับโฆษณา เพราะวิธีนี้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็วที่สุดผลตอบรับลูกค้าเข้ามาตอบสนองในร้านและทดลองใช้บริการกันมากขึ้น
65	มี ผ่านสื่อที่เป็นแผ่นพับ , ป้ายหน้าร้าน เพราะวิธีนี้ จะอธิบายรายละเอียดได้ดีกว่าวิธีอื่นๆ และได้รับผลตอบรับคือลูกค้ามีความสนใจการทำสปามากขึ้น
66	ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต , แผ่นพับโฆษณา เพราะสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตนั้นจะสามารถใส่รายละเอียดเข้าไปได้มากและลูกค้าสามารถถามตอบได้ทันทีโดย ผลตอบรับจากอินเทอร์เน็ต ดีพอสมควรมีลูกค้าเข้ามาสอบถามกันมาก
67	อินเทอร์เน็ต , บอกต่อลูกค้า เพราะการที่มีสื่อ ประชาสัมพันธ์จะทำให้รู้จักมากขึ้น และผลตอบรับที่ได้รับคือ ลูกค้ามาใช้บริการเยอะกว่าเก่า
68	ผ่านป้าย โฆษณา , แผ่นพับใบปลิว เพราะลงทุนน้อย และอธิบายรายละเอียดได้ดีกว่าวิธีอื่นๆ ผลตอบรับลูกค้ามาใช้งานที่ร้านเยอะขึ้น
69	มีป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน โฆษณาเว็บไซต์ต่างๆ เพราะสื่อเหล่านี้จะผ่านตาทุกคนได้ง่ายทำให้เข้าใจ และกระตุ้น อยากรู้ให้เข้ามาทดลองใช้สินค้าและบริการของทางร้านเรา ผลตอบรับมีคนเข้ามาใช้บริการมากกว่าแต่ก่อนเยอะมาก
70	มีผ่านแผ่นพับโฆษณา , ป้ายหน้าร้าน เพราะสื่อเหล่านี้จะเข้าถึงผู้คนได้ง่ายกว่าวิธีอื่น ที่จะยุ่งยากและซับซ้อนกว่า ผลตอบรับ ก็มีลูกค้าเข้ามาขอทดลองให้เป็นจำนวนมาก
71	สิ่งที่ใช้ป้ายหน้าร้านการบอกต่อ เพราะ 2 วิธีนี้เข้าถึงลูกค้าได้ดีที่สุดทำให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น
72	วิธีการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จัก ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม ที่เลือกสื่อนี้เนื่องจากสินค้าบริการเราเป็นระดับ hi – end ยิ่งเป็นการต่อยอดของการเป็น hi class ของบริการและร้านเราได้เป็นอย่างดี
73	มีผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต , แผ่นพับโฆษณา เพราะสื่อเหล่านี้ใส่รายละเอียดไปได้มากกว่าสื่ออื่นๆ ผลตอบรับมีผู้สนใจโทรสอบถามเลขโพสต์ ถามในอินเทอร์เน็ตกันมาก
74	มีผ่านสื่อแผ่นพับโฆษณา , ป้ายหน้าร้าน โดยร้านมีรายละเอียด ผลตอบรับจากการสื่อ

คนที่	คำตอบ
75	<p>ประชาสัมพันธ์แบบนี้มีลูกค้าสนใจและ เข้ามาใช้บริการกับทางร้านเรามากขึ้น</p> <p>ป้ายหน้าร้าน ใบปลิว</p>
	<p>ที่เลือกใช้สื่อทั้ง 2 ราคาไม่แพง แต่เข้าถึงคนได้ระดับหนึ่ง</p>
76	<p>วิธีการประชาสัมพันธ์ ให้คนรู้จักตัวเองจะเดินออกไปเชียร์ แยกให้เข้ามาร้านเอง และจะมี</p> <p>ป้ายไวน์วิสบอกชื่อร้านตรงทางเดินหน้าร้าน ว่าที่มีบริการสปา ที่ใช้วิธีนี้ เพราะ</p> <p>นักท่องเที่ยวมาเมืองไทยก็อยากลิ้มลองการนวดไทย</p>
77	<p>การประชาสัมพันธ์ร้านใช้ ป้ายคัทเอาส์ , การบอกต่อเพราะร้านเราไม่ใหญ่มาก ลูกค้ามา</p> <p>เรื่อยๆ 2 สิ่งนี้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าสิ่งอื่นๆ ซึ่งจากการติดตั้งป้ายวันแรกถึงวันนี้</p> <p>ลูกค้าก็เข้าใช้บริการเรื่อยๆ</p>
78	<p>ป้ายโฆษณาตรงทางแยกใหญ่ ๆ เป็นสื่อหลักของทางร้าน และอาศัยการบอกต่อของลูกค้า</p> <p>ที่เคยเข้ามาใช้บริการ ผลตอบรับของการใช้สื่อนี้ทำให้ลูกค้าของเราเยอะขึ้น ดูจากยอดขาย</p> <p>ของทางร้าน ว่าผ่านมากคนเข้ามาบริการเยอะ</p>
79	<p>ป้ายร้าน และการบอกต่อๆ ของลูกค้า ที่เลือกสื่อนี้เนื่องจากค่าใช้จ่ายถูกและเข้าถึงลูกค้าได้</p> <p>ดี หลังจากที่ใช้สื่อเหล่านี้ผลตอบรับ ค่อนข้างดี คนมาใช้บริการเยอะขึ้น</p>
80	<p>ป้ายหน้าร้าน , โบว์ชัวร์, ปากต่อปาก ที่ใช้สื่อแบบนี้เพราะกลุ่มเป้าหมายลูกค้าของเราเป็น</p> <p>คนละแวกนี้ ไม่จำเป็นต้องใช้ TV หนังสือพิมพ์ส่วนผลตอบรับ ที่ได้จากสื่อนี้คือมีคนเข้ามา</p> <p>ใช้งานกันมากขึ้น</p>
81	<p>วิธีประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จัก ใช้ป้ายไวน์วิส และการบอกต่อจากลูกค้าที่ช่วยบอกต่อให้เพื่อน</p> <p>ญาติ และคนรู้จักมาใช้บริการที่นี้สื่อการบอกต่อได้ผลมากเพราะเป็นการที่ลูกค้าช่วยกันกา</p> <p>รณตีการบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ในร้าน มาจากการถูกแนะนำญาติหรือเพื่อน ที่เคยมารับ</p> <p>บริการแล้ว การบอกต่อทำให้ลูกค้าเยอะกว่าเดิมมาก</p>
82	<p>การประชาสัมพันธ์ธุรกิจสปาของเรา คือ การทำป้ายโฆษณาหน้าร้านใบปลิวหรือแผ่นพับ</p> <p>การบอกต่อ ที่เลือกวิธีเหล่านี้เพราะเราเปิดบริการให้คนในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียง โดย</p> <p>ผลตอบรับจากสื่อเหล่านี้ลูกค้าใหม่เยอะกว่าเดิม</p>
83	<p>ประชาสัมพันธ์ของร้านส่วนใหญ่ใช้ socialnetwork เช่น เว็บไซต์ , เฟซ , เพดบุ๊ก และมี</p> <p>ป้ายหน้าร้าน ที่เลือกสื่อเหล่านี้เนื่องจากเข้าถึงลูกค้าได้เร็ว คนส่วนใหญ่นิยมเล่น</p> <p>อินเทอร์เน็ต หาข้อมูลผ่าน เว็บ มากกว่าการหาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ผลตอบรับค่อนข้างดี</p> <p>เห็นผลชัดเจน</p>
84	<p>ป้ายหน้าร้านและการบอกต่อของลูกค้า ที่เลือกสื่อเหล่านี้ เพราะกลุ่มเป้าหมายของเรา คือ</p> <p>คนที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ ผลตอบรับจากการใช้สื่อค่อนข้างดี คนรู้จักร้านเพราะป้ายเหล่านี้</p>
85	<p>ป้ายร้าน , แผ่นพับ การบอกต่อ 3วิธีนี้ ป้ายร้านเพราะทำให้ร้านมีจุดสนใจว่ามีบริการเปิด</p> <p>บริการนวดและทำสปา ส่วนแผ่นพับเราใช้ในกรณีที่ร้านของเรามี โปรโมชั่น การบอกต่อ</p> <p>เป็นผลพลอยได้จากการบริการที่ลูกค้าแนะนำคนอื่นๆ ให้เข้ามาจากการใช้ทั้ง 3 สิ่งลูกค้า</p> <p>จะมีจำนวนมากขึ้น</p>
86	<p>สื่อที่ใช้ ประชาสัมพันธ์ คือ Facebook ป้ายหน้าร้าน และการบอกต่อผ่านทางลูกค้า ที่</p>

คนที่	คำตอบ
	เลือกสื่อเหล่านี้เพราะเป็นการใช้สื่อที่เข้าถึงลูกค้าได้เป็นอย่างดี ผลตอบรับปรกฏว่าลูกค้าเยอะขึ้นจากเดิม
87	มีการจัด Event , แจกแผ่นพับ เพราะวิธีนี้สามารถดึงลูกค้าเจ้ามาทดลองได้ทันทีที่มีคนสนใจ ผลตอบรับมีคนเข้ามาทดลองใช้บริการมาก
88	การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ แผ่นพับ , ป้ายโปสเตอร์ เพราะสื่อเหล่านี้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล และเป็นเครื่องพิสูจน์ว่าร้านของเรามีคุณภาพ ผลตอบรับลูกค้ามีความสนใจ และเข้าใช้บริการมากขึ้นกว่าเดิม
89	มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่ออินเตอร์ , ป้ายร้าน , นามบัตร เพราะสื่อเหล่านี้จะเข้าถึงคนได้อย่างมาก เพราะจะมีคนสนใจ เข้าไปดูสินค้าและบริการ กันมากขึ้น ผลตอบรับคือ ลูกค้าติดต่อสอบถามเจ้ามากันมากมาย
90	ที่ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต , แผ่นพับ ป้ายโฆษณา หน้าร้าน เพราะสื่อเหล่านี้จะเข้าถึงผู้ที่สนใจได้ง่ายกว่า สื่ออื่นๆ เพราะถ้าเค้าสนใจก็จะเข้ามาดู มาหยิบ ไปศึกษาเองผลตอบรับคือลูกค้าที่ให้ความสนใจ มาใช้บริการและมีการสมัครสมาชิกรายปีด้วย
91	มีผ่านสื่อทางนิตยสาร แผ่นพับ เพราะสื่อเหล่านี้จะเข้าถึง คนที่รักสุขภาพหรือ คนที่ซื้อหนังสือนิตยสาร ผลตอบรับคือมีคนโทรมาสอบถามรายละเอียดมากขึ้นกว่าเดิม
92	การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต , แผ่นพับ ใบปลิว เพราะสื่อเหล่านี้สามารถให้รายละเอียดของทางร้านได้มากกว่าสื่ออื่นๆ และลงทุนไม่มากด้วยแต่ได้ผลตอบรับที่ดีมากๆ
93	มีการจัดโปรโมชั่น ทำให้ลูกค้าได้สิทธิพิเศษ นำโดยเฉพาะสมาชิกแบบรายปี สิทธิพิเศษมากกว่า ลูกค้าทั่วไป เพราะวิธีนี้ทำให้ลูกค้า มีความสนใจทำสปามากขึ้น เริ่มใช้ตั้งแต่เปิดกิจการ
94	มีผ่านป้ายโฆษณา , แผ่นพับ เพราะสื่อเหล่านี้จะสามารถใส่รายละเอียดลงไปได้มาก ผลตอบรับลูกค้าสนใจในการทำสปามากขึ้น
95	มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ อินเตอร์เน็ต ,ใบปลิว ,ป้ายหน้าผลตอบรับก็จะมีลูกค้าโทรมาสอบถามบางครั้งใบปลิวจะแนบส่วนลดให้ด้วย
96	มีผ่านแผ่นพับโฆษณา , ป้ายหน้าร้าน เพราะสื่อเหล่านี้จะเข้าถึงผู้คนที่ได้ง่ายกว่าวิธีอื่น ที่จะยุ่งยากและซับซ้อนกว่า ผลตอบรับ ก็มีลูกค้าเข้ามาขอทดลองให้เป็นจำนวนมาก
97	มีการทำป้ายร้านใหญ่ ๆ , มีแผ่นพับ คอยแจก เพราะสื่อเหล่านี้ทุนน้อยแต่ได้ผลดี ผลตอบรับลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากกว่าเดิม
98	มีการประชาสัมพันธ์ส่วน ใบปลิว , ป้ายหน้าร้าน ผลตอบรับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งเหล่านี้ ได้ผลที่ดี และการโฆษณาผ่านสื่อเหล่านี้ ต้นทุนต่ำด้วย ทำให้ทางร้านเรายึดสิ่งนี้เป็นหลัก
99	มีการโฆษณา อินเตอร์เน็ต , แผ่นพับ , ป้ายโฆษณา เพราะสื่อนี้จะเข้าถึงกลุ่มคนได้ไวกว่าสื่ออื่นๆ และสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า ผลตอบรับ ยอดจองห้องสูงทำให้ลูกค้าใช้บริการสปามากไปด้วย
100	มีการใช้สื่ออินเตอร์เน็ต , แผ่นพับ เพราะสื่อเหล่านี้ลูกค้าได้รับข้อมูลอย่างเต็มที่ ผลตอบรับ

คนที่	คำตอบ
	ที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ ผ่าน 2 ช่องทางนี้คือ ลูกค้าให้ความสนใจชมว่าสวย น่าเข้าไปใช้บริการ และก็มีคนมาใช้บริการกับทางร้านเรามากกว่าเดิม

## ภาคผนวก ง

แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการนวดแบบสุคนธ์บำบัด



### แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อการนวดแบบสุคนธ์บำบัด

1. อะไรคือวัตถุประสงค์หลักของคุณในการใช้บริการสำหรับวันนี้

---

2. รายการข้างล่างดังต่อไปนี้ คือเหตุผลที่คนใช้ในการเลือกน้ำมันหอมระเหยในการนวดแบบสุคนธ์บำบัด ผู้วิจัยมีความสนใจว่าเหตุผลดังกล่าวมีความสำคัญอย่างไรในการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันหอมระเหย ในวันนี้ ขอให้ท่านให้ข้อมูลโดยเรียงลำดับความสำคัญจากน้อยไปหามาก และวงกลมตัวเลขที่ใกล้เคียงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

	สำคัญ น้อย ที่สุด	ไม่ สำคัญ	กลางๆ	สำคัญ	สำคัญ มากที่สุด
2.1 กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย	1	2	3	4	5
2.2 ประโยชน์จากการใช้น้ำมันหอมระเหย	1	2	3	4	5
2.3 ผลในด้านลบหลังจากการใช้น้ำมันหอมระเหย	1	2	3	4	5
2.4 อื่นๆ (โปรดระบุ..... .....)	1	2	3	4	5

3. ระดับความพึงพอใจของท่านต่อคุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหยที่ท่านใช้ในวันนี้ ขอให้ท่านให้ข้อมูลโดยเรียงลำดับจากพึงพอน้อยที่สุดถึงพึงพอใจมากที่สุด และวงกลมตัวเลขที่ใกล้เคียงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

	พึงพอใจ น้อย ที่สุด	ไม่พึง พอใจ	เฉยๆ	พึงพอใจ	พึงพอใจ มากที่สุด
3.1 มีกลิ่นหอมพึงใจ	1	2	3	4	5
3.2 มีกลิ่นหอมยาวนาน	1	2	3	4	5
3.3 ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ลดความตึงเครียด หลังจากการนวด	1	2	3	4	5
3.4 ให้ผิวหนังรู้สึกดี	1	2	3	4	5
3.5 ให้ความรู้สึกสดชื่นหลังจาการนวด	1	2	3	4	5

3.6 ไม่มีผลในด้านลบ เช่น ผื่นคัน หรือระคายเคือง	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

4. ระดับความพึงพอใจของท่านต่อผู้บำบัดที่ให้บริการท่านในวันนี้ ขอให้ท่านให้ข้อมูลโดยเรียงลำดับจากพึงพอใจน้อยที่สุดถึงพึงพอใจมากที่สุด และวงกลมตัวเลขที่ใกล้เคียงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

	พึงพอใจ น้อย ที่สุด	ไม่พึง พอใจ	เฉยๆ	พึงพอใจ	พึงพอใจ มากที่สุด
4.1 บุคลิกภาพของผู้บำบัด	1	2	3	4	5
4.2 เทคนิคการนวดของผู้บำบัด	1	2	3	4	5
4.3 ความสุภาพของผู้บำบัด	1	2	3	4	5
4.4 ความสามารถของผู้บำบัดในการตอบคำถาม	1	2	3	4	5
4.5 ความเป็นมิตรของผู้บำบัด	1	2	3	4	5

5. ระดับความพึงพอใจของการบริการโดยรวมที่ท่านได้รับได้วันนี้ ขอให้ท่านให้ข้อมูลโดยเรียงลำดับจากพึงพอใจน้อยที่สุดถึงพึงพอใจมากที่สุด และวงกลมตัวเลขที่ใกล้เคียงที่สุดในความคิดเห็นของท่าน

	พึงพอใจ น้อย ที่สุด	ไม่พึง พอใจ	เฉยๆ	พึงพอใจ	พึงพอใจ มากที่สุด
5.1 คุณภาพโดยรวมของน้ำมันหอมระเหย	1	2	3	4	5
5.2 คุณภาพโดยรวมในการให้บริการของผู้บำบัด	1	2	3	4	5

6. หากท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนวดแบบสุนทรบำบัด ขอให้ระบุในที่ว่างข้างล่างนี้ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ

6.1 คุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหย

---



---

6.2 ผู้บำบัด

---

6.3 อื่นๆ

---

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

## ภาคผนวก จ

แบบเสนอขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

### แบบเสนอขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

เขียนที่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
วันที่ 24. กุมภาพันธ์. 2557.

ด้วยข้าพเจ้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุลยา โปธารส ประสงค์ขออนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานโครงการวิจัยเรื่อง "การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธ์บำบัดและสปาแบบไทย...เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย" ทั้งนี้ ได้แนบเอกสารประกอบการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ดังนี้

- |  |             |
|--|-------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> โครงการวิจัย | จำนวน 4 ชุด |
| <input checked="" type="checkbox"/> แบบ ภาจ.01   | จำนวน 4 ชุด |
| <input checked="" type="checkbox"/> แบบ ภาจ.02   | จำนวน 4 ชุด |
| <input checked="" type="checkbox"/> แบบ ภาจ.03   | จำนวน 4 ชุด |
| <input checked="" type="checkbox"/> แบบ ภาจ.04   | จำนวน 4 ชุด |

ประเภท  Exemption review

Expedite review

Full-Board review

แบบสัมภาษณ์, แบบบันทึกข้อมูล (ถ้ามี) จำนวน 4 ชุด

ยังขาดเอกสารประกอบการพิจารณา ได้แก่.....

..... ซึ่งจะนำมายื่นให้ภายในวันที่.....เพื่อรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อไป ซึ่งข้าพเจ้าทราบดีว่าหากยื่นเอกสารไม่ครบถ้วนจะไม่ได้รับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติและขอรับรองว่ายังไม่ได้เริ่มทำการวิจัยในระหว่างขออนุมัติจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

(รองศาสตราจารย์ ดร.นริศ คำแก่น)

หัวหน้าโครงการวิจัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุลยา โปธารส)

ผู้ร่วมวิจัย

แบบสรุปข้อเสนอโครงการวิจัยในมนุษย์เพื่อขอคำรับรองจากคณะกรรมการ  
จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1. ชื่อโครงการวิจัย

ภาษาไทย การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ภาษาอังกฤษ Development of Health Products Quality in Thai Aromatherapy and Spa for Health Tourism Promotion in Thailand

2. ชื่อและที่อยู่ของหัวหน้า/อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. นริศ คำแก่น

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

228 – 228/1-3 ถนนสีรินธร เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

โทรศัพท์/โทรสาร 02-244-5487 โทรศัพท์เคลื่อนที่ 086-3662199

อีเมล nkamkaen@gmail.com, narisa.kamkaen@gmail.com

3. บทนำ ให้ระบุรายละเอียด ดังนี้

2.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

แม้ว่าปัจจุบันมีการใช้สุคนธบำบัดอย่างกว้างขวาง แต่เมื่อประเมินคุณภาพของงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สุคนธบำบัดต่อคุณภาพชีวิต ตามเกณฑ์ของจาเดตและคณะ พบประเด็นที่ค่อนข้างสำคัญ เช่น ขนาดของประชากรผู้เข้าทำการศึกษา ยังมีจำนวนน้อยมาก การมี intervention บางอย่างร่วมด้วย เช่น การนวด การสัมผัสร่างกาย การใช้น้ำมันหอมระเหย การใช้น้ำมันพลา เป็นต้น ทำให้หลักฐานทางวิชาการที่มีอยู่จึงยังไม่ชัดเจนเพียงพอในการใช้เป็นการแพทย์ทางเลือก (Alternative treatment) ของการรักษาด้วยยา (Pharmacotherapy) แต่สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ เพื่อประสิทธิภาพในการรักษาที่ดีขึ้น (Complementary treatment)

2.2 เหตุผลที่ต้องทำวิจัยในมนุษย์

เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพทางคลินิกของสุคนธบำบัด จำเป็นมุ่งเน้นปรับปรุงออกแบบงานวิจัย โดยใช้รูปแบบงานวิจัยแบบสุ่มและมีการปกปิดสองทาง (Randomized Double-blind Study design) มีการเปรียบเทียบกับยาหลอก (Placebo) ควรมีระเบียบวิธีวิจัย ข้อมูลของอาสาสมัครหรือกลุ่มตัวอย่าง วิธีการศึกษา วิธีทางสถิติและวิธีการวัดผลที่ชัดเจนและเหมาะสมมากขึ้น ควรคำนวณจำนวนตัวอย่างให้มากพอ ที่จะให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ รวมทั้ง ระยะเวลาศึกษา ต้องเอื้อให้เห็นผลของสุคนธบำบัดต่อการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาได้ นอกจากนี้ น้ำมันหอมระเหยที่นำมาใช้ในงานวิจัย ควรผ่านการระบุและตรวจวิเคราะห์ปริมาณสารสำคัญและองค์ประกอบเคมีของน้ำมันหอมระเหย โดยหน่วยงานที่มีมาตรฐานและไม่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึง ควรมีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบน้ำมันหอมระเหยที่มีสายพันธุ์ต่างกัน

2.3 ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย (เน้นประโยชน์ที่จะเกิดกับประชาชนเป็นส่วนใหญ่)

เป็นการวิจัยเพื่อยืนยันประสิทธิภาพทางคลินิกของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสுகนธนำบัด และสปลา... ร่วมกับการรักษาด้วยการนวด เพื่อเป็นการรักษาและบรรเทาอาการความเจ็บปวดของกลุ่มผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรังได้ ซึ่งอาจเป็นนวัตกรรมหรือแนวทางใหม่ของการรักษาทางกายภาพบำบัด และเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ทางคลินิก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อีกทั้งส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

4. **วัตถุประสงค์** (ระบุให้ชัดเจน)

เพื่อศึกษาประสิทธิภาพทางคลินิกของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสுகนธนำบัดและสปลา... ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. **สถานที่ทำการวิจัย** (ระบุ หน่วยงาน/ภาควิชา/คณะ)

สถานประกอบการสปาที่ได้รับรองมาตรฐาน

6. **การออกแบบการวิจัย (Research design)**

6.1 ประเภทของโครงการวิจัย

(ผู้วิจัยเลือก  ได้ทุกข้อที่เกี่ยวข้อง ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกรุณาตัดออกจากแบบฟอร์ม)

Biomedical / Clinical research โปรตรระบุ

Experimental clinical research

Social / Behavioral research โปรตรระบุ

Observation clinical research

6.2 รูปแบบของโครงการวิจัย

(ผู้วิจัยเลือก  ได้ทุกข้อที่เกี่ยวข้อง ข้อใดไม่เกี่ยวข้องกรุณาตัดออกจากแบบฟอร์ม)

Experimental clinical research

Randomized-controlled trial

Observation clinical research

Descriptive study

6.3 การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Subject selection and allocation)

(ผู้วิจัยต้องระบุรายละเอียดสำหรับหัวข้อต่อไปนี้ ตามความเหมาะสมของโครงการ (หากไม่มีขอให้ระบุว่า “ไม่มี” หรือ “ไม่เกี่ยวข้อง”)

6.3.1 เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (inclusion criteria)

(ผู้วิจัยต้องระบุรายละเอียดเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัยให้ชัดเจน)

- ไม่จำกัดเพศ

- อายุ 18 ปี ขึ้นไป

- ไม่มีปัญหาการแพ้น้ำมันหอมระเหยที่นำมาใช้

- สื่อสารด้วยภาษาไทยได้

- ไม่อยู่ระหว่างตั้งครรภ์ หรือให้นมบุตร

- ไม่มีแผลอักเสบบริเวณผิวหนัง

### 6.3.2 เกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมการวิจัย (exclusion criteria)

(ผู้วิจัยต้องระบุรายละเอียดเกณฑ์การคัดออกผู้เข้าร่วมการวิจัยให้ชัดเจน)

- มีปัญหาการแพ้น้ำมันหอมระเหยที่นำมาใช้
- ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาไทยได้
- อยู่ระหว่างตั้งครรภ์ หรือให้นมบุตร
- มีผลอัลกเสบบริเวณผิวหนัง

### 6.3.3 เกณฑ์การถอนผู้เข้าร่วมการวิจัยหรือยุติการเข้าร่วมการวิจัย (discontinuation criteria)

(ผู้วิจัยต้องระบุรายละเอียดเกณฑ์การการถอนผู้เข้าร่วมการวิจัยหรือยุติการเข้าร่วมการวิจัยให้ชัดเจน) ผื่นแดง ผื่นคัน ภูมิแพ้น้ำมันหอมระเหย

### 6.3.4. การจัดผู้เข้าร่วมการวิจัยเข้ากลุ่ม (subject allocation)

ใช้รูปแบบงานวิจัยแบบสุ่มและมีการปกปิดสองทาง (Randomized Double-blind Study design)

### 6.4 การคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample size calculation)

(ผู้วิจัยต้องระบุที่มาของขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม หากใช้สูตรสำเร็จ กรุณาแสดงสูตรที่ใช้คำนวณ และระบุค่าตัวแปรที่แทนค่าในสูตรพร้อมแหล่งอ้างอิงของค่าตัวแปรนั้น)

เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 40 ราย

### 6.5 ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย (Research participants)

(ผู้วิจัยเลือก  ได้ทุกข้อที่เกี่ยวข้อง)

Healthy volunteers

Patients excluding vulnerable subjects

Vulnerable subjects\* ระบุ

เด็กเล็ก / ผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ (อายุ <18 ปี)\*\*

ผู้พิการหรือมีความบกพร่องทางสมอง/จิตใจ (mentally disable subjects)

ผู้ป่วยห้องฉุกเฉิน หรือ หออภิบาลผู้ป่วยหนัก (ICU)

ผู้ป่วยที่มีโรคเรื้อรัง (chronic illness)

หญิงมีครรภ์

อื่นๆ ระบุ .....

\* ถ้ามีผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในกลุ่มนี้ หากจะต้องขอความยินยอมจากผู้แทนโดยชอบธรรม ผู้วิจัยคาดว่าจะขอความยินยอมจากผู้ใด โปรดระบุ.....

\*\* ในกรณีผู้ร่วมโครงการวิจัยมีอายุระหว่าง 7 ปี แต่ยังไม่ถึง 18 ปี บริบูรณ์ อาจต้องมีการขอความยินยอมจากผู้ร่วมโครงการวิจัยโดยตรง (assent) เพิ่มเติมจากการขอความยินยอมจากผู้ปกครองหรือผู้แทนโดยชอบธรรม (consent)

### 6.6 การดำเนินการหากผู้เข้าร่วมการวิจัยถอนตัวออกจากการวิจัย (Discontinuation process)

(ผู้วิจัยต้องระบุขั้นตอนและรายละเอียดการดำเนินการ หากผู้เข้าร่วมการวิจัยถอนตัวออกจาก การวิจัย)

ดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัยเพิ่มเติม ตามเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria) ตามข้อ 6.3.1

## 7. กระบวนการวิจัย (Research Procedure)

ระบุวิธีการที่จะกระทำในมนุษย์โดยวิธีใด เช่น การกำหนดให้ยาโดยวิธีทางต่างๆ เป็นต้น

### Interventional Clinical Protocol

Group	First week	Second week	Third week	Fourth week
A (n = 10)	Treatment 1	Treatment 2	Treatment 3	Treatment 4
B (n = 10)	Treatment 2	Treatment 3	Treatment 4	Treatment 1
D (n = 10)	Treatment 3	Treatment 4	Treatment 1	Treatment 2
E (n = 10)	Treatment 4	Treatment 1	Treatment 2	Treatment 3

Remark
Treatment 1 = Thai Massage (60 min)
Treatment 3 = Pure Oil Massage (60 min)
Treatment 2 = Aroma Oil Massage - Relax (60 min)
Treatment 4 = Aroma Oil Massage - Refresh (60 min)

## 8. กระบวนการเก็บข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล การสังเกตและวิธีการสังเกตผล (Data collection process)

(ผู้วิจัยต้องส่งแบบบันทึกการเก็บข้อมูล (case record form) และ/หรือ แบบสอบถาม (questionnaire) และ/หรือ แบบสัมภาษณ์ (interview question) ที่จะนำมาประกอบการ พิจารณาด้วย (ถ้ามี) โดยในแบบบันทึกข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการทุกประเภท ต้องไม่ระบุชื่อ- นามสกุล, Hospital Number (HN) หรือ identification รูปแบบอื่นๆ ที่สามารถระบุผู้เข้าร่วม โครงการได้เป็นรายบุคคล โดยให้ใช้เป็นรหัสแทน)

### แบบบันทึกข้อมูลโครงการวิจัย

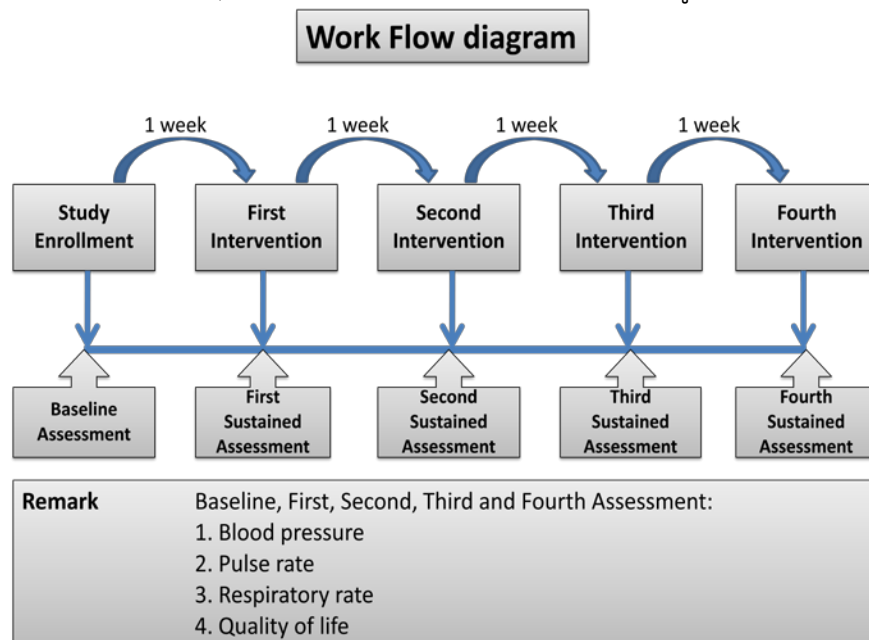
เรื่อง "การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในศูนย์บำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย"

รายการ	การ ประเมิน	ความดันโลหิต (มิลลิเมตรปรอท)	ชีพจร (ครั้ง/นาที)	อัตราการหายใจ (ครั้ง/นาที)	ลายมือชื่อ ผู้บันทึก
การนวดแผนไทย (60 นาที)	ก่อน				
	หลัง				
การนวดอะโรมา (60 นาที)	ก่อน				
	หลัง				
การนวดน้ำมัน (60 นาที)	ก่อน				
	หลัง				

## 9. การวัดผล/การวิเคราะห์ผลการวิจัย (Outcome measurement / Data Analysis)

(ผู้วิจัยต้องกรอกรายละเอียดให้ถูกต้อง ครบถ้วน ตามรายละเอียดด้านล่าง)

- ระบุว่า ผลลัพธ์หลักของการศึกษานี้คืออะไร (primary outcome) ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการคำนวณขนาดตัวอย่าง และผลลัพธ์อื่นๆ (secondary outcomes) ถ้ามี
- การวัดประสิทธิผล (assessment of efficacy)
- การประเมินความปลอดภัย (assessment of safety)
- สถิติหรือวิธีการอื่นๆ ที่ท่านมีแผนการจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (data analysis)



เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการ ประกอบด้วย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ
  - 1.1 การวัดด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผ่อนคลาย
  - 1.2 การวัดด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรกระตุ้น
  - 1.3 การวัดด้วยน้ำมันนำพา
  - 1.4 การวัดแผนไทยด้วยลูกประคบ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
  - 2.1 แบบบันทึกข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ, การวินิจฉัยโรค, การผ่าตัดโรคประจำตัว และชนิดน้ำมันหอมระเหยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้
  - 2.2 เครื่องเปลี่ยนแปลงสัญญาณการทำงานของร่างกายมนุษย์พร้อมการบันทึกและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์. ในการศึกษาปรากฏการณ์สรีรวิทยา. และบันทึกอัตราการเต้นของหัวใจ, ความดันเลือดซิสโตลิก-ไดแอสโตลิก, อัตราการหายใจ และ Galvanic Skin Response (GSR)
  - 2.3 แบบประเมินการผ่อนคลายชนิดเปรียบเทียบด้วยสายตา (visual analogue scale) สร้างโดยสร้อยจันทร์, พานทอง. (2545) มีลักษณะเป็นเส้นตรงแนวนอนมีความยาว

10. เซนติเมตร ตำแหน่งปลายสุดทางซ้ายมือจะเป็น 0. คะแนน ตรงกับความรู้สึกไม่ผ่อนคลาย ปลายขวาสุดแทนคะแนน 10. คะแนน มีความหมายว่าผ่อนคลายมากที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีรายละเอียดของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป นำมาแยกประเภท แจกแจงความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปตาราง
2. วิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบเปรียบเทียบ คะแนนการผ่อนคลาย ระหว่างก่อนและหลังของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อรับสุคนธบำบัดผ่านการนวด การนวดด้วยน้ำมันนวด และ การนวดแผนไทยตามปกติ โดยใช้วิธีการทดสอบการแจกแจงข้อมูลด้วย Kolmogorov – Smirnov test ถ้าการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ใช้ paired t-test ถ้าการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติ ใช้ Wilcoxon match paired sign test
3. เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนการผ่อนคลายของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อได้รับการทดลอง ทั้ง 3 วิธี คือ สุคนธบำบัดผ่านการนวด สุคนธบำบัดผ่านการนวด และ การนวดด้วยน้ำมันนวด โดยใช้วิธีการทดสอบแจกแจงข้อมูลด้วย Kolmogorov – Smirnov test ถ้าการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ใช้ ANCOVA ถ้าการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติ ใช้ Kruskal – Wallis one-way ANOVA

### 10. ข้อพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (Ethical Consideration)

(กรุณาตอบทุกข้อ หากไม่มีหรือไม่เกี่ยวข้อง ให้ระบุ “ไม่มี” หรือ “ไม่เกี่ยวข้อง” พร้อมเหตุผล)

#### 10.1 เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องดำเนินการวิจัยในมนุษย์

(ผู้วิจัยต้องระบุความรุนแรงของปัญหาซึ่งเป็นที่มาของคำถามวิจัย ข้อมูลจากการศึกษาก่อนหน้านี้มีมากน้อยเพียงใด ตลอดจนความจำเป็นที่ต้องศึกษาวิจัยในมนุษย์เพิ่มเติม)

แม้ว่าปัจจุบันมีการใช้สุคนธบำบัดอย่างกว้างขวาง แต่เมื่อประเมินคุณภาพของงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สุคนธบำบัดต่อคุณภาพชีวิต ตามเกณฑ์ของจาเดดและคณะ พบประเด็นที่ค่อนข้างสำคัญ เช่น ขนาดของประชากรผู้เข้าทำการศึกษา ยังมีจำนวนน้อยมาก การมี intervention บางอย่างร่วมด้วย เช่น การนวด การสัมผัสร่างกาย การใช้ น้ำมันหอมระเหย การใช้ น้ำมันนวด เป็นต้น ทำให้หลักฐานทางวิชาการที่มีอยู่จึงยังไม่ชัดเจนเพียงพอในการใช้เป็นการแพทย์ทางเลือก (Alternative treatment) ของการรักษาด้วยยา (Pharmacotherapy) แต่สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ เพื่อประสิทธิภาพในการรักษาที่ดีขึ้น (Complementary treatment)

#### 10.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

(ผู้วิจัยต้องระบุประโยชน์ทั้งต่อผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นรายบุคคล และประโยชน์โดยรวมรวมทั้งประโยชน์ต่อผู้ที่เข้าร่วมการวิจัยนี้ หลังสิ้นสุดการวิจัยแล้ว)

เป็นการวิจัยเพื่อยืนยันประสิทธิภาพทางคลินิกของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธบำบัด และสไป... ร่วมกับการรักษาด้วยการนวด เพื่อเป็นการรักษาและบรรเทาอาการความเจ็บปวดของกลุ่มผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรังได้ ซึ่งอาจเป็นนวัตกรรมหรือแนวทางใหม่

ของการรักษาทางกายภาพบำบัด. และเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ทางคลินิก. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน. อีกทั้งส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย.

### 10.3. ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และการแก้ไขหรือป้องกัน

#### 10.3.1. เคยมีการวิจัยทำนองเดียวกับโครงร่างที่เสนอนี้มาก่อนหรือไม่ และเคยเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์อย่างไร

(ระบุนรายละเอียดและโอกาสที่อาจเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากข้อมูลที่มี หรือจากการประเมินของผู้วิจัย)

วิลาวัลย์ มณฑามณี (2550)... ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ศักยภาพของน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย. เพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์สუნธบำบัด” จากการค้นคว้า. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย. พบว่า. น้ำมันหอมระเหยที่มีการผลิตในระดับอุตสาหกรรมยังมีไม่มากนัก. ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตน้ำมันหอมระเหยมีต้นทุนการผลิตที่สูง. และบางส่วนยังขาดข้อมูลสนับสนุนเกี่ยวกับความปลอดภัย ผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหอมระเหยในผลิตภัณฑ์สუნธบำบัด จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์สუნธบำบัดทั้งสิ้น 34..... คน. พบว่า. เคยใช้ผลิตภัณฑ์สუნธบำบัดที่มีส่วนประกอบน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทยมาแล้ว และเห็นว่า. ผลิตภัณฑ์สუნธบำบัดมีผลต่ออารมณ์และจิตใจ. ปัจจัยในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สუნธบำบัด. จะเลือกใช้จากกลิ่นของน้ำมันหอมระเหย. สรรพคุณที่ต้องการ. คือ. ลดความเครียด. ช่วยให้สดชื่น. ผ่อนคลาย. โดยเลือกน้ำมันหอมระเหยจากพืชไทย. ที่ให้สรรพคุณลดความเครียด. 3. อันดับ. คือ. 1... น้ำมันตะไคร้ 2... น้ำมันกระดังงา. 3... น้ำมันมะกรูด. และผลิตภัณฑ์สუნธบำบัด. ที่คิดว่าเหมาะสมกับน้ำมันหอมระเหยที่เลือก. คือ. น้ำมันนวด. เมื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์. ทดสอบเบื้องต้นพบว่าผลิตภัณฑ์มีความคงตัวดี. สำหรับความพึงพอใจต่อกลิ่นของน้ำมันนวดจากพืชหอมไทย. พบว่ามีความพึงพอใจน้ำมันนวดที่มีส่วนผสมของน้ำมันตะไคร้อยู่ในระดับมาก. ขณะที่น้ำมันนวดที่มีส่วนผสมของน้ำมันลาเวนเดอร์. น้ำมันกระดังงา. น้ำมันมะกรูด. มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง. สำหรับความพึงพอใจต่อตัวรับผลิตภัณฑ์. พบว่ามีความพึงพอใจในลักษณะเนื้อผลิตภัณฑ์. สี. ความชื้น. การซึมเข้าสู่ผิว. ความมันขณะนวด. ความมันหลังนวด. ความรู้สึกหลังการใช้อยู่ในระดับมากเช่นกัน. และในส่วนของสภาวะผิวหลังการใช้. เป็นปกติ. ไม่คันหรือเป็นผื่นแดง

#### 10.3.2. มาตรการป้องกันและแก้ไขเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ในโครงการนี้

(ระบุนรายละเอียด ซึ่งหัวหน้าโครงการควรมีมาตรการในป้องกัน)

หากมีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย. เนื่องจากอาจมีการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการวิจัย. คณะผู้วิจัยจะปฐมพยาบาลเบื้องต้น. และนำส่งโรงพยาบาลที่ใกล้เคียงโดยเร็วที่สุด

- 10.3.3. ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการแก้ไขหรือรักษาเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย (ระบุให้หัวหน้าโครงการวิจัยเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการแก้ไขหรือรักษาเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ เนื่องจากอาจมีการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการวิจัย)  
รองศาสตราจารย์ ดร.นริศ คำแก่น โทรศัพท์ 086-3662199 เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการแก้ไขหรือรักษาเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ เนื่องจากอาจมีการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการวิจัย
- 10.3.4. ชื่อผู้รับผิดชอบหรือแพทย์ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย (ต้องระบุชื่อผู้รับผิดชอบหรือแพทย์ และหมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา)  
รองศาสตราจารย์ ดร.นริศ คำแก่น โทรศัพท์ 086-3662199 เป็นผู้รับผิดชอบทุกกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์จากการวิจัย
- 10.3.5. กรณีเป็นการวิจัยทางคลินิก ผู้วิจัยมีวิธีการอย่างไรในการแจ้งแพทย์เจ้าของไข้หรือแพทย์อื่นๆ ที่เป็นผู้ให้การรักษาคู่เข้าร่วมการวิจัยให้ทราบว่าบุคคลผู้นั้นอยู่ในระหว่างการเข้าร่วมการวิจัย  
ใช้วิธีการซักประวัติ จากนั้นบันทึกข้อมูลการเจ็บป่วย ได้แก่ โรคประจำตัว โรงพยาบาลที่เข้ารับการรักษาเป็นประจำ และรายชื่อแพทย์ประจำตัว ในแบบสัมภาษณ์รายบุคคล
- 10.3.6. โครงการวิจัยมีแผนที่จะทำการวิเคราะห์ระหว่างดำเนินการ (Interim analysis) ในแง่ของความเสี่ยงของทั้งโครงการหรือไม่ โดยหน่วยงานใด (ผู้วิจัยควรระบุแผนที่จะทำการวิเคราะห์ระหว่างดำเนินการ ในแง่ของความเสี่ยงของทั้งโครงการหรือไม่ โดยหน่วยงานใด)  
ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วย เครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อ ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ชนิดคือ แบบ ภาวะวิสัย (Perceived objective) และอัตวิสัย (self-report subjective) ประกอบด้วยองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต 4 ด้าน คือ ด้านร่างกาย (physical domain) ด้านจิตใจ (psychological domain) ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (social relationships) และด้านสิ่งแวดล้อม (environment)
- 10.4 วิธีการปกป้องความลับหรือข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัย (ผู้วิจัยเลือก  ได้ทุกข้อที่เกี่ยวข้อง)
- 10.4.1. วิธีการบันทึกข้อมูลส่วนตัว
- ใช้รหัสแทนชื่อและข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัยในการบันทึกข้อมูลในแบบเก็บข้อมูล
  - มีการบันทึกข้อมูลเป็น
    - ไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ (ในคอมพิวเตอร์หรือแผ่น CD)
    - รูปถ่าย / ภาพนิ่ง (ระบุเหตุผลในการถ่ายภาพ) .....

- วิดิทัศน์ / ภาพเคลื่อนไหว
- บันทึกเสียง
- ไม่มีการบันทึกข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัย
- อื่นๆ (ระบุ) .....

10.4.2. หากมีการบันทึกข้อมูลดังกล่าวข้างต้น โปรดระบุผู้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ วิธีการป้องกันบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในการเข้าถึงข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลไว้ และวิธีการทำลายข้อมูลเมื่อสิ้นสุดการวิจัย

- บันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่มีรหัสป้องกันบุคคลอื่นไม่ให้อ่านเปิดได้
- เก็บเอกสาร/แผ่น CD/ไฟล์ ในตู้/ลิ้นชัก ที่มีกุญแจล็อก และผู้วิจัยเท่านั้นที่มี

กุญแจเปิด-ปิด

- มีการทำลายเอกสาร / CD / ไฟล์ ทั้งหมดเมื่อสิ้นสุดการวิจัย
- ส่งแผ่น CD ประวัติผู้ป่วยคืนงานเวชระเบียนเมื่อสิ้นสุดการวิจัย
- เก็บเอกสาร/แผ่น CD / ไฟล์ ไว้ต่อ เป็นเวลา .5. ปี หลังสิ้นสุดการวิจัย โดยหัวหน้าโครงการวิจัยเป็นผู้รับผิดชอบในการรักษาความลับผู้เข้าร่วมการวิจัย และได้แจ้งไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยแล้ว
- อื่นๆ (ระบุ) .....

#### 11. แหล่งทุนที่ได้รับหรือแหล่งที่เสนอขอ (ถ้ามี)

งบประมาณแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๕๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต จำนวนเงิน 1,160,000 บาท ระยะเวลาการวิจัย 12 เดือน ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557

#### 12. เอกสารอ้างอิง (ระบุนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีการตีพิมพ์ หลักฐาน หรือ ข้อมูลที่จะยืนยันความปลอดภัยในการทำวิจัยในมนุษย์)

- 1) นวรัตน์ ปัดไทร. ผลการรักษาด้วยคลื่นอัลตราซาวด์ร่วมกับสุคนธบำบัดต่อความปวดของกล้ามเนื้อขาไหลในผู้ป่วยโรคปวดกล้ามเนื้อเรื้อรัง ของโรงพยาบาลชุมแพ จ.ขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ความงามและสุขภาพ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2553.
- 2) วิลาวลัย มณฑามณี. ศักยภาพของน้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมไทย เพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์สุคนธบำบัด. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2550.
- 3) วิศิษฐ์ วิญญรัตน์. การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับสุคนธบำบัดต่อภาวะกระวนกระวายในผู้ป่วยโรคสมองเสื่อม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2553.
- 4) วราภรณ์ แยมมีศรี. ผลของสุคนธบำบัดต่อการผ่อนคลายของผู้ป่วยในหอผู้ป่วยวิกฤต ศัลยกรรม. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการพยาบาลผู้ใหญ่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547

## 13. ลายมือชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย/อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยและผู้วิจัยร่วมทุกคน

ลงชื่อ..... หัวหน้าโครงการวิจัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.นริศ คำแก่น)  
24 กุมภาพันธ์ 2557

ลงชื่อ..... ผู้วิจัยร่วม  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุลยา โพธารส)  
24 กุมภาพันธ์ 2557

## หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมในโครงการวิจัย

เขียนที่ .....

วันที่ .....

ข้าพเจ้า.....อายุ.....ปี อยู่บ้านเลขที่..... ถนน  
 ..... หมู่ที่..... แขวง/ตำบล..... เขต/อำเภอ.....  
 จังหวัด..... เบอร์โทร.....

ขอทำหนังสือนี้ให้ไว้ต่อหัวหน้าโครงการวิจัยเพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่า

- ข้อ 1. ข้าพเจ้าได้รับทราบโครงการวิจัยของ (หัวหน้าโครงการวิจัยและคณะ) รองศาสตราจารย์ ดร.นริศฯ คำแก่นและคณะ เรื่อง "การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุนทรบำบัดและสไปนบำบัดไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย"
- ข้อ 2. ข้าพเจ้ายินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ โดยมีได้มีการบังคับขู่เข็ญ หลอกลวงแต่ประการใด และจะให้ความร่วมมือในการวิจัยทุกประการ
- ข้อ 3. ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายจากผู้วิจัยเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย ประสิทธิภาพความปลอดภัย อาการ หรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยโดยละเอียดแล้ว จากเอกสารคำอธิบายโครงการวิจัย
- ข้อ 4. ข้าพเจ้าได้รับการรับรองจากผู้วิจัยว่าจะเก็บข้อมูลส่วนตัวของข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยเฉพาะผลสรุปการวิจัยเท่านั้น
- ข้อ 5. ข้าพเจ้าได้รับทราบจากผู้วิจัยแล้วว่า หากมีอันตรายใดๆ **อันเกิดขึ้นจากการวิจัยดังกล่าว** ข้าพเจ้าจะได้รับการรักษาพยาบาลจากคณะผู้วิจัยโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายและจะได้รับค่าชดเชยรายได้ที่สูญเสียไปในระหว่างการรักษาพยาบาลดังกล่าว
- ข้อ 6. ข้าพเจ้าได้รับทราบแล้วว่าข้าพเจ้ามีสิทธิ์จะบอกเลิกการร่วมโครงการวิจัยนี้ (ในกรณีโครงการวิจัยส่งผลต่อการดูแลรักษาโรคของผู้ร่วมวิจัย ให้ผู้วิจัยเพิ่มข้อความ “และการบอกเลิกการร่วมโครงการวิจัยจะไม่มีผลกระทบต่อ การดูแลรักษาโรคที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป” เข้าไปด้วย)

ข้าพเจ้าได้อ่านและเข้าใจข้อความตามหนังสือนี้โดยตลอดแล้ว เห็นว่าถูกต้องตามเจตนาของข้าพเจ้า จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญ พร้อมกับหัวหน้าโครงการวิจัยและต่อหน้าพยาน

ลงชื่อ..... ผู้ยินยอม

(.....)

ลงชื่อ..... หัวหน้าโครงการวิจัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.นริศฯ คำแก่น)

ลงชื่อ..... พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุลยา โพธารส)

ลงชื่อ..... พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารัสณี โพธารส)

#### หมายเหตุ

1. ในกรณีผู้ให้ความยินยอมมีอายุไม่ครบ 18 ปีบริบูรณ์ จะต้องเป็นผู้ปกครองตามกฎหมายเป็นผู้ให้ความยินยอมด้วย
2. กรณีผู้ยินยอมตนให้ทำวิจัย ไม่สามารถอ่านหนังสือได้ ให้ผู้วิจัยอ่านข้อความในหนังสือให้ความยินยอมนี้ให้แก่ผู้ยินยอมตนให้ทำวิจัยฟังจนเข้าใจแล้ว และให้ผู้ยินยอมตนให้ทำวิจัยลงนามหรือพิมพ์ลายนิ้วหัวแม่มือรับทราบในการให้ความยินยอมดังกล่าวด้วย
3. ผู้วิจัยสามารถปรับปรุงเนื้อหาหนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมในโครงการวิจัยตามความเหมาะสมแต่จะต้องผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ประจำคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. แบบ ภวจ.02 นี้ให้ทำขึ้น 2 ฉบับ โดยมอบให้ผู้ยินยอมตน 1 ฉบับและผู้วิจัยเก็บไว้ 1 ฉบับ

### คำอธิบายโครงการวิจัย

คำแนะนำในการเขียนคำอธิบายโครงการวิจัยควรประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้

1. หัวข้อเรื่องที่จะทำการวิจัย  
"การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธบำบัดและสปาแบบไทย... เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย"
2. วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย และระยะเวลาที่ต้องทำการทดลอง  
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธบำบัดและสปา... ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ... วิธีการวิจัยโดยเปรียบเทียบการนวด 4 แบบ คือ น้ำมันหอมระเหยสูตรผ่อนคลาย... การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรกระตุ้น... การนวดด้วยน้ำมันนำพา และการนวดแผนไทยด้วยลูกประคบ... สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ต่อเนื่อง 4 สัปดาห์ เป็นเวลานาน 28 วัน การประเมินก่อนและหลังโดยใช้เครื่องเปลี่ยนแปลงสัญญาณการทำงานของร่างกายมนุษย์ พร้อมการบันทึกและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ในการศึกษาปรากฏการณ์สรีรวิทยา และบันทึกอัตราการเต้นของหัวใจ ความดันเลือด อัตราการหายใจ และการตอบสนองของผิวหนัง รวมทั้งแบบประเมินการผ่อนคลายชนิดเปรียบเทียบด้วยสายตา และเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อ
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นทั้งต่อผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยและต่อผู้อื่น  
ผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยจะได้รับการดูแลสุขภาพ ด้วยการนวดจากบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดี ภายในสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน รวมทั้งจะได้รับค่าตอบแทนจากการยินยอมให้ทำการวิจัย
4. ความเสี่ยงหรือความผิดปกติที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยในการเข้าร่วมการวิจัย  
หากผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัย... มีภาวะแทรกซ้อนจากพยาธิสภาพของโรคเกิดขึ้น เช่น สัญญาณชีพจรผิดปกติ คลื่นไฟฟ้าหัวใจผิดปกติ ผื่นแพ้ ระบายเคืองผิวหนัง เป็นต้น ผู้วิจัยจะหยุดการดำเนินการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างนั้น แล้วรายงานอาการผิดปกติให้แพทย์ทราบเพื่อให้การช่วยเหลือทันที
5. การเตรียมผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการรักษาที่พิสูจน์จากการทำวิจัยแล้วว่าปลอดภัยและมีประสิทธิผลไว้ให้ผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยอย่างไร  
ในการเตรียมผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหย มีกระบวนการคัดเลือกชนิด จากการทำทบทวนวรรณกรรม ว่ามีรายงานความปลอดภัยในการใช้ ในการจัดซื้อน้ำมันหอมระเหย มีกระบวนการคัดเลือกบริษัทที่มีมาตรฐานการผลิตที่ดี มีเอกสารรับรองคุณภาพทางเคมีและกายภาพ ระดับสูง
6. ทางเลือกในการรักษาหรือวิธีการตรวจวินิจฉัยอื่น ที่อาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัย

ในระหว่างการวิจัย หากผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยไม่ต้องการเข้าร่วมการวิจัย หรือต้องยกเลิกการเข้าร่วมงานวิจัย กลุ่มตัวอย่าง สามารถบอกเลิกได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลต่อการรักษาพยาบาล และระหว่างการเข้าร่วมวิจัย

7. ขอบเขตการดูแลรักษาความลับของข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัย  
ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ถือว่าเป็นความลับ การนำเสนอข้อมูลจะวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและนำเสนอในภาพรวมไม่มีการเปิดเผยชื่อ และหากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยสามารถสอบถามผู้วิจัยได้ตลอดเวลา
8. กรณีเกิดอันตรายหรือผลไม่พึงประสงค์จากการศึกษาวิจัย ผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยจะได้รับการดูแลรักษาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอย่างไรบ้าง  
รองศาสตราจารย์ ดร. นริศ คำแก่น โทรศัพท์ 086-3662199 เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษาอันตรายหรือผลไม่พึงประสงค์ เนื่องจากอาจมีการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการวิจัย
9. สิทธิผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยจะถอนตัวออกจากโครงการวิจัยทุกเมื่อโดยไม่กระทบต่อการดูแลรักษาที่พึงได้รับตามปกติ  
ในระหว่างการวิจัย หากผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยไม่ต้องการเข้าร่วมการวิจัย หรือต้องยกเลิกการเข้าร่วมงานวิจัย กลุ่มตัวอย่าง สามารถบอกเลิกได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลต่อการรักษาพยาบาล และระหว่างการเข้าร่วมวิจัย
10. ข้อพิจารณาด้านจริยธรรม  
เป็นการวิจัยที่มีความเสี่ยงในระดับต่ำหรือไม่มีความเสี่ยงต่อผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัย เพื่อยืนยันประสิทธิภาพทางคลินิกของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสுகนธบำบัดและสปลา เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้เป็นการแพทย์ทางเลือกหรือการแพทย์แบบผสมผสาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน
11. ชื่อ ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์ของผู้วิจัยที่ผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัยสามารถติดต่อได้โดยสะดวกทั้งในและนอกเวลาราชการ กรณีมีเหตุจำเป็นหรือฉุกเฉิน  
รองศาสตราจารย์ ดร. นริศ คำแก่น ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์... หลักสูตรวิทยาศาสตร์ เครื่องสำอาง สถานที่ทำงาน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โทรศัพท์ 086-3662199

#### หมายเหตุ

เอกสารคำอธิบายโครงการวิจัยนี้ ควรจัดทำขึ้นโดยใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจของผู้ยินยอมตนให้ทำการวิจัย จึงควรหลีกเลี่ยงศัพท์ทางวิชาการหรือคำทางเทคนิคที่เข้าใจยากหรือภาษาต่างประเทศ

### แบบตรวจสอบประเภทของโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จะพิจารณารับรองโครงการวิจัย โดยแบ่งประเภทของโครงการวิจัยออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. Full-Board review สำหรับโครงการวิจัยที่มีความเสี่ยงต่ออาสาสมัครในระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งต้องได้รับการลงมติเห็นชอบในที่ประชุมของคณะกรรมการจริยธรรมฯ หากท่านไม่ส่งแบบ ภาจ.04 มาพร้อมกับโครงการวิจัย โครงการวิจัยของท่านจะถูกพิจารณาในประเภท Full-Board review

2. Expedited review สำหรับโครงการวิจัยที่มีความเสี่ยงในระดับต่ำหรือไม่มีความเสี่ยงต่ออาสาสมัคร หรือไม่มีอาสาสมัครร่วมโครงการ เช่น retrospective review การพิจารณาจะรวดเร็วขึ้น แต่ยังคงต้องได้รับการรับรองจากที่ประชุมคณะกรรมการจริยธรรมฯ ให้ส่งโครงการวิจัยมาพร้อมกับ แบบ ภาจ.04

3. Exemption review สำหรับโครงการวิจัยที่สามารถขอยกเว้นการรับรอง การพิจารณาจะรวดเร็วขึ้น แต่ยังคงต้องได้รับการรับรองจากที่ประชุมคณะกรรมการจริยธรรมฯ ให้ส่งโครงการวิจัยมาพร้อมกับ แบบ ภาจ.04

ผู้วิจัยควรตรวจสอบประเภทของโครงการวิจัยในเบื้องต้น โดยใช้แบบตรวจสอบประเภทโครงการวิจัย (ภาจ. 04) ซึ่งประกอบด้วย แบบตรวจสอบโครงการวิจัยประเภทความเสี่ยงต่ำ (Expedited review) และ แบบตรวจสอบโครงการวิจัยประเภทขอยกเว้นการรับรองจริยธรรม (Exemption review) เพื่อให้สามารถจัดเตรียมเอกสารสำหรับส่งขอการรับรองได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทั้งนี้ คณะกรรมการจริยธรรมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการตัดสินประเภทของโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และอาจขอให้หัวหน้าโครงการวิจัยจัดส่งเอกสารเพิ่มเติมตามความจำเป็น

แบบตรวจสอบโครงการวิจัยที่เข้าข่าย Expedited Review (ต้องเลือก  ใช่ ทั้ง 3 ข้อ)

โครงการ ของท่าน	คุณสมบัติของโครงการ
<input checked="" type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่	1. การวิจัยประเภท non-clinical trial หรือประเภท clinical trial แบบ non-invasive clinical intervention
<input checked="" type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่	2. การวิจัยซึ่งไม่ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมีความเสี่ยงที่จะถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย หรืออาจเกิดความเสียหายต่อผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย อาทิ ทำให้เสื่อมเสียต่อชื่อเสียง การเงิน สถานภาพทางสังคม หน้าที่การงาน หรือล่วงละเมิดความลับและความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย
<input checked="" type="checkbox"/> ใช่ <input type="checkbox"/> ไม่ใช่	<p>3. เป็นการวิจัยที่มีความเสี่ยงต่ำ ซึ่งควรมีลักษณะดังนี้</p> <p>3.1 หากมีการเก็บตัวอย่างเลือด จะกระทำโดยการเจาะปลายนิ้ว สันเท้า หรือดิงหู (ในกรณีที่เป็นเด็กทารก) หรือเจาะจากหลอดเลือดดำส่วนปลาย โดยปริมาณเลือดและจำนวนครั้งที่เจาะควรเป็นดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— สำหรับผู้ใหญ่ที่มีสุขภาพแข็งแรงและมีไข้สตรีมีครรภ์ และมีน้ำหนักตัวไม่ต่ำกว่า 50 กก. ปริมาณเลือดที่เจาะจะต้องไม่เกิน 550 มล. ในเวลา 8 สัปดาห์ และเจาะไม่บ่อยกว่า สัปดาห์ละ 2 ครั้ง</li> <li>— สำหรับเด็กหรือผู้ใหญ่ที่มีน้ำหนักตัวน้อยกว่า 50 กก. ปริมาณเลือดที่เจาะจะต้องไม่เกิน 50 มล. หรือไม่เกิน 3 มล. ต่อน้ำหนักตัว 1 กก. ในเวลา 8 สัปดาห์ และเจาะไม่บ่อยกว่า สัปดาห์ละ 2 ครั้ง</li> </ul> <p>3.2 เป็นการเก็บตัวอย่างส่งตรวจด้วยวิธีที่ไม่ทำให้เกิดการบาดเจ็บต่อผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย</p> <p>3.3 เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่ไม่ทำให้เกิดการบาดเจ็บต่อผู้ถูกตรวจ (ยกเว้นเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับรังสี X-ray และคลื่น microwave) ไม่ต้องใช้ยาชาหรือยาสลบ และเป็นวิธีที่ใช้ตรวจเพื่อการรักษาตามมาตรฐาน เครื่องมือได้รับการรับรองว่าเป็นเครื่องมือทางการแพทย์และมีจำหน่ายตามท้องตลาด</p> <p>3.4 เป็นการเก็บข้อมูลจากรายงานต่างๆ หรือตรวจตัวอย่างส่งตรวจจากคลังที่ได้รับการเก็บไว้เพื่อการตรวจรักษาตามปกติ มิใช่เพื่อการวิจัย</p> <p>3.5 เป็นการเก็บข้อมูลจากการบันทึกเสียงหรือภาพโดยการถ่ายจากกล้องถ่ายรูปหรือวิดีโอ</p> <p>3.6 เป็นการวิจัยในลักษณะการสังเกตพฤติกรรม หรือการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคล</p> <p>3.7 เป็นการตรวจตัวอย่างส่งตรวจใดๆ ที่ไม่ใช้การตรวจทางพันธุศาสตร์อันสามารถเชื่อมโยงถึงผู้ที่เป็นเจ้าของข้อมูลหรือสิ่งส่งตรวจได้</p>

## ประวัติคณะผู้วิจัย

### หัวหน้าโครงการวิจัย

- 1) ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) รองศาสตราจารย์ภญ.ดร. นริศา คำแก่น  
(ภาษาอังกฤษ) Associate Professor Dr. Narisa Kamkaen
- 2) รหัสประจำตัวประชาชน 5-1014-00024-29-3
- 3) ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์ ระดับ 9
- 4) สถานที่ทำงาน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
ปฏิบัติงาน ณ สวนดุสิตโพล  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร  
10300 โทรศัพท์/โทรสาร 02-668 9342
- 5) ประวัติการศึกษา ภ.บ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
ภ.ม. (เภสัชเวช) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
Ph.D. (Health Science), Charles Sturt University,  
Australia
- 6) สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
การทดสอบฤทธิ์ทางชีวภาพ (Biological assay)
- 7) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
  - 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย: ชื่อแผนงานวิจัย
    - 1) การพัฒนากระบวนการสกัด การทดสอบฤทธิ์ต้านจุลชีพและการพัฒนา  
ตำรับยาต้านจุลชีพจากน้ำมันสมุนไพรไทยสูตรผสมเพื่อใช้เป็นยาภายนอก  
สำหรับสัตว์  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
ประจำปี 2554
  - 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย
    - 1) การศึกษาสารประกอบเคมีในต้นสะทอนน้ำผัก  
แหล่งทุน - เงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2538
    - 2) การศึกษาพืชไทยที่มีฤทธิ์ต้านเชื้อไวรัสเอดส์  
แหล่งทุน - เงินรายได้คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ประจำปี 2539
    - 3) การศึกษาลักษณะทางเคมีของเมทแอมเฟตามีนในประเทศไทย  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
ประจำปี 2542
    - 4) การทดสอบสารจากพืชที่มีฤทธิ์ยับยั้งเอนไซม์ไทโรซิเนส

- แหล่งทุน - เงินรายได้คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ประจำปี 2548
- 5) การวิจัยและพัฒนาจากสมุนไพรเพื่อใช้รักษาแผลในปาก  
(ชุดโครงการเรื่อง การพัฒนายาแผนโบราณเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ  
แข่งขันของประเทศ)  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
ประจำปี 2548
- 6) การวิจัยและพัฒนาเครื่องสำอางจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ  
แหล่งทุน - เงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประจำปี 2548
- 7) การคัดเลือกและจัดทำมาตรฐานสมุนไพร  
(ชุดโครงการ เรื่องการวิจัยและพัฒนาจากสมุนไพรเพื่อช่วยในการอด  
บุหรี่)  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี  
2550-2551 (โครงการต่อเนื่อง 2 ปี)
- 8) การใช้ลิโปโซมเพื่อนำส่งสารสำคัญเข้าสู่เซลล์ผิวหนังกรณีศึกษาผลของสาร  
สกัดรำข้าวและจมูกข้าวที่บรรจุอยู่ในลิโปโซมต่อฤทธิ์ต้านออกซิเดชั่น  
แหล่งทุน - เงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี 2550
- 9) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปลดปล่อยสารแคปไซซินจากแผ่นแปะ  
ผิวหนังกับฤทธิ์บรรเทาอาการปวด  
(ชุดโครงการ เรื่อง สารสกัดจากพริกเพื่อใช้เป็นยา)  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี  
2551
- 10) การจัดการความรู้เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาแพทย์แผนไทยในอำเภอมะนัง  
จังหวัดสมุทรสงคราม  
(ชุดโครงการ เรื่อง ภูมิปัญญาไทย)  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปี  
2552
- 11) การศึกษาการจัดการธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมสีเขียว  
กรณีศึกษา เอวาซอน รีสอร์ทแอนด์สปา อำเภอบางละมุง จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์  
แหล่งทุน - เงินรายได้วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประจำปี 2552
- 12) การสังเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต  
แหล่งทุน - งบประมาณแผ่นดิน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย  
ประจำปี 2554

### 7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว: ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่ง ผลงานวิจัย

- 1) Ampornmaha T. **Kamkaen N.**, Na Patalung N. and Monrakkharom S. A Study of Hospitality Management for Environmental Certification: Case Study: Evason Hua Hin Six Senses Resort & Spa, Pranburi, Prachuabkirikhan. *International Thai Tourism Journal*. **2010**, 3 (3): 1-10.
- 2) Vorarat S., Managit C., lamthanakul L., SoparatW., **Kamkaen N.** Examination of Antioxidant Activity and Development of Rice Bran Oil and Gamma-Oryzanol Microemulsion. *Journal of Health Research*. **2010**, 24(2): 67-72.
- 3) Soisuwan S., Mapaisansin W., Samee W., Brantner A.H., **Kamkaen N.** Development of Peacock Flower Extract as Anti-wrinkle Formulation. *Journal of Health Research*. **2010**, 24(1): 29-34.
- 4) Mekseepralard C., **Kamkaen N.**, Wilkinson JM. Antimicrobial and antioxidant activities of traditional Thai herbal remedies for aphthous ulcers. *Phytotherapy Research*. Published Online: 1 June **2010**.
- 5) Chuanoi S., Weerataweeporn S., Managit C., Pitiporn S., **Kamkaen N.** Development of Guava Liposome Serum and Evaluation of Free Radical-Scavenging Capacity. *Journal of Health Research*. **2009**, 23(4): 163-167.
- 6) Watthanachaiyingcharoen R., Phanwichien K., Pradermwong A., **Kamkaen N.** Acute Toxicity Test of Medicinal Plants and Herbal Remedies of Aphthous Ulcer. *Journal of Health Research*. **2009**, 23(4): 169-174.
- 7) **Kamkaen N.**, Wilkinson J.M. The antioxidant activity of Clitoria ternatea flower petal extracts and eye gel. *Phytotherapy Research*. Published Online: 15 Apr **2009**.
- 8) Aroonrerk N., **Kamkaen N.** **Anti-Inflammatory Activity of Quercus infectoria, Glycyrrhiza uralensis, Kaempferia galanga and Coptis chinensis, the Main Components of Thai Herbal Remedies for Aphthous Ulcer.** *Journal of Health Research*. **2009**, 23(1): 17-22.
- 9) **Kamkaen N.**, Wilkinson J.M., Ruangrunsi N. Compositions and Antimicrobial Activities of Essential Oil from Family Rutaceae. *The International Journal of Essential Oil Therapeutics*. **2008**; 2: 158-162.
- 10) นาถฤดี โพธิ์วัฒน์, อรณัญ เจริญตรา, อรวินท์ พ่วงแสงทอง, สุวัฒน์ จิตรดำรงค์, **นริศาคำแก่น**. ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดฉุกเฉินของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนครนายก. *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*. **2551**; 3(3): 346-352.

- 11) อนุรักษ์ สุจริต, เบญจรงค์ ปิยะพรหมดี, อภิรดี จันทร์สมบุญ, สุภาภรณ์ ปิติพร, นัยนา สันติยานนท์, **นริศ คำแก่น**. ความปลอดภัย ประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ครีมลดความหมองคล้ำ 2 ชนิด ที่มีสารสกัดมะขามป้อมและสารสกัดหม่อน. *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ*. **2550**; 2(3): 209-214.
- 12) **Kamkaen N.**, Mulsri N., Treesak C. Screening of some tropical vegetables for anti-tyrosinase activity, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2007**; 2(1): 15-19.
- 13) **Kamkaen N.**, Phuntuwate W., Samee W., Boonrod A., Treesak C. The investigation of the rabbit and human skin irritation of herbal anti-wrinkle cream, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2007**; 2(1): 20-25.
- 14) Samee W., Engkalohakul M., Nebbua N., Direkrojanavuti P., Sornchaithawatwong C., and **Kamkaen N.** Correlation Analysis between Total Acid, Total Phenolic and Ascorbic Acid Contents in Fruit Extracts and Their Antioxidant Activities, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1(3): 196-203.
- 15) **Kamkaen N.**, Wilkinson J., Cavanagh H. Effect of four edible Thai plants on mammalian cell proliferation, *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1(3): 189-195.
- 16) **Kamkaen N.**, Matsuki Y., Ichino C., Kiyohara H., Yamada H. The Isolation of the Anti-Helicobacter pylori Compounds in Seed of *Arctium lappa* Linn. *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1(2): 12-18.
- 17) **Kamkaen N.**, Matsuki Y., Ichino C., Kiyohara H. and Yamada H. The isolation of the anti-Helicobacter pylori compounds in seed of *Arctium lappa* Linn., *Thai Pharmaceutical and Health Science Journal*. **2006**; 1 (2) : 12-18.
- 18) **Kamkaen N.**, Thongnopnua N., Wilkinson J., Simpson M. Comparison of traditional Thai herbal medicine and standard Western medicine in the management of dyslipidemia, *Acta Horticulturae*. **2005**; 680, 57-63.
- 19) Tongroach C., Samee W. and **Kamkaen N.** National references standard of methamphetamine, *Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Science*. **2005**; 10(1): 1-9.
- 20) **Kamkaen N.**, **Ruangrangsi N.**, **Kowborisut T.**, **Puttasomsri A.** Compositions and antimicrobial properties of essential oil from *Murraya paniculata* Jack. *Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Sciences*, **2003**; 8 (1), 1-9.
- 21) **Kamkaen N.**, **Ruangrangsi N.** Chemical compositions and antimicrobial

activities of essential oil from *Micromelum minutum* Wight & Arn. Thai Journal of Health Research. **2003**; 17 (2), 147-153.

- 22) **Kamkaen N.** Studies on signature analysis/profiling of methamphetamine. Srinakharinwirot Journal of Pharmaceutical Sciences, **1998**; 3 (1), 112-122.

#### การเสนอผลงานวิจัย

- 1) Tadtong S., Watthanachaiyingcharoen R., **Kamkaen K.** Synergistic Antimicrobial Activities of the Combination Essential Oils of *Cymbopogon citratus* and *Alpinia galanga*. Poster presented at 43<sup>rd</sup> International Symposium on Essential Oils, September 5-8, **2012**, Lisbon, PORTUGAL.
- 2) **Kamkaen N.**, Samee W., Mapaisansin W., Soisuwan S., Brantner AH. The antioxidant and free radical scavenging activities of peacock petal extracts. Poster presented at 57<sup>th</sup> International Congress and Annual Meeting of the Society for Medicinal Plant Research, August 16 – 20, **2009**, Geneva, SWITZERLAND.
- 3) **Kamkaen N.**, Managit C., Weerataweeporn S., Chuanoi S., Pitiporn S. Free radical scavenging and antityrosinase activities of guava leaf extract. Poster presented at 57<sup>th</sup> International Congress and Annual Meeting of the Society for Medicinal Plant Research, August 16 – 20, **2009**, Geneva, SWITZERLAND.
- 4) Mekseepalard C., Boriboonkaset S., **Kamkaen N.** Screening of antimicrobial activity of *Kaempferia galanga* and *Quercus infectoria* against eight reference strain microorganisms. Poster presented at 55<sup>th</sup> International Congress and Annual Meeting of the Society for Medicinal Plant Research, September 2 – 6, **2007**, GRAZ, AUSTRIA.
- 5) Mekseepalard C., Poonpon P., **Kamkaen N.** Antibacterial activities of *Coptis chinensis* and *Glycyrrhiza glabra* against seven bacteria associated with human gastrointestinal infections. Poster presented at 55<sup>th</sup> International Congress and Annual Meeting of the Society for Medicinal Plant Research, September 2 – 6, **2007**, GRAZ, AUSTRIA.
- 6) **Kamkaen N.**, Samee W., Phuntuwate W., Treesak C. The investigation of the rabbit and human skin irritation of herbal anti-wrinkle cream. Poster presented in Thai-UK collaborative research networks, Bio-medical research academic forum, 2 February **2007**, Bangkok, THAILAND.
- 7) **Kamkaen N.**, Matsuki Y., Ichino C., Kiyohara H., Yamada H. The Isolation of the Anti-*Helicobacter pylori* Compounds in Seed of *Arctium lappa* Linn. Poster presented at The 7<sup>th</sup> JSPS/NRCT Joint Seminar, Recent Advances in

- Natural Product Research and Its Application. December 1-6, **2006**. Toyoma, JAPAN
- 8) **Kamkaen N.**, Matsuki Y., Ichino C., Kiyohara H., Yamada H. The Isolation of the Anti-Helicobacter pylori Compounds in Seed of *Arctium lappa* Linn. Poster presented in Research day, 10<sup>th</sup> anniversary, Faculty of Pharmacy, Srinakharinwirot University, 25-27 January **2006**, Nakhon-Nayok, THAILAND.
  - 9) Pirodamornchai T., Kranboon W., **Kamkaen N.** Preliminary Screening of Nine Vegetables for Anti-tyrosinase Activity. Poster presented at the 22<sup>nd</sup> Annual Research Meeting in Pharmaceutical Sciences, Chulalongkorn University, 2 December **2005**, Bangkok, THAILAND.
  - 10) **Kamkaen N.**, Wilkinson J., Cavanagh H. Cell proliferation assay of some edible Thai plants. Poster presented at the 21<sup>th</sup> Annual Research Meeting in Pharmaceutical Sciences, Chulalongkorn University, 23-24 December **2004**, Bangkok, THAILAND.
  - 11) Pintukanon C., Pattarameteewong S., Kongkaneremittra L., **Kamkaen N.**, Determination of antioxidant in phytocosmetic. Poster presented at the 30<sup>th</sup> Congress on Science and Technology of Thailand, 19-21 October **2004**, Bangkok, THAILAND.
  - 12) **Kamkaen N.**, Wilkinson J., Simpson M., Thongnopnua N. The comparison of traditional Thai herbal medicine and standard Western medicine in the management of dyslipidemia. Oral presented at the 3<sup>rd</sup> International Conference on medicinal and aromatic plants, 3-7 February **2003**, Chiangmai province, THAILAND.
  - 13) **Kamkaen N.**, Thongnopnua N., Namchaitosapol S., Wanichpol S., Wilkinson J., Simpson M., Therapeutic equivalence of gemfibrozil available in Thailand. Poster presented at the 1<sup>st</sup> Thailand Pharmacy Congress, 1-3 November **2001**, Bangkok, THAILAND.
  - 14) **Kamkaen N.**, Tongroach C., Samee V., Sumyai V., Ampon V. National reference standard of methamphetamine. Poster presented at the 1<sup>st</sup> Thailand Pharmacy Congress, 1-3 November **2001**, Bangkok, THAILAND.
  - 15) **Kamkaen N.**, Ruangrangi N., Virojsangthong M. Study on the constituents of *Usnea siamensis* Wainio. Poster presented at the 21<sup>th</sup> Congress on Science and Technology of Thailand, 25-27 October **1995**, Chonburi province, THAILAND.
  - 16) **Kamkaen N.**, Ruangrangi N., De-Eknamkul W. Quantitative analysis of (+)-usnic acid in *Usnea siamensis* Wainio. Poster presented at the 21<sup>th</sup>



## 7) ประสพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยภายในประเทศ

### 7.1 หัวหน้าโครงการวิจัย /งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

ชื่องานวิจัย	แหล่งทุนวิจัย	ปีที่เสร็จ
- รูปแบบการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิผลการทำงานในองค์กร (การเผยแพร่ผลงาน : การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ )	ทุนส่วนตัว	2550
- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาในกลุ่มคอมพิวเตอร์(การเผยแพร่ผลงาน : การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ )	ทุนส่วนตัว	2552
- A study of correlation between high order thinking skill and computer learning achievement(การเผยแพร่ผลงาน : International Conference on Learning Innovation in Science and Technology 2010)	ทุนส่วนตัว	2553
- The Study of Teaching Instruction in Computer Major's and Relationship between Critical Thinking Skill and learning achievement(การเผยแพร่ผลงาน : Annual International Conference on Computer Science Education: Innovation and Technology : CSEIT 2010)	ทุนส่วนตัว	2553

### 7.2 ผู้ร่วมวิจัย /งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

ชื่องานวิจัย	แหล่งทุนวิจัย	ปีที่เสร็จ
- การศึกษาปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ของคณะกรรมการ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ(การเผยแพร่ผลงาน : รายงานการวิจัย )	สภานิติบัญญัติแห่งชาติ	2551
- การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลต่อการให้บริการของสำนักงานเทศบาลตำบลบ้านสร้าง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา(การเผยแพร่ผลงาน : รายงานการวิจัย )	องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านสร้าง	2550
- การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลต่อการให้บริการของสำนักงานเทศบาลตำบลภาชี อำเภอกาฬสินธุ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา(การเผยแพร่ผลงาน : รายงานการวิจัย )	องค์การบริหารส่วนตำบลภาชี	2550
- การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลต่อการให้บริการของสำนักงานเทศบาลตำบลมหาราช อำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา(การเผยแพร่ผลงาน : รายงานการวิจัย )	องค์การบริหารส่วนตำบลมหาราช	2550
- การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลต่อการให้บริการของสำนักงานเทศบาลตำบลบางเตย อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี (การเผยแพร่ผลงาน : รายงานการวิจัย )	องค์การบริหารส่วนตำบลบางเตย	2550

## ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 2

- |  |  |
|--|--|
| 1) ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)<br>(ภาษาอังกฤษ) | รองศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิ วัฒนชัยยิ่งเจริญ<br>Assoc. Prof. Dr. Rith Watthanachaiyingcharoen   |
| 2) ตำแหน่งปัจจุบัน                     | รองศาสตราจารย์ ระดับ 9   |
| 3) สถานที่ทำงาน                        | สาขาวิชาชีวเภสัชศาสตร์<br>คณะเภสัชศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (องครักษ์)<br>63 หมู่ 7 ถนนรังสิต-องครักษ์ จังหวัดนครนายก 26120<br>โทรศัพท์ 037-395094-5 ต่อ 1539 โทรสาร 037-395096 |
| 4) ประวัติการศึกษา                     | วท.บ. (ชีววิทยา)<br>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (สงขลา)<br>M.Sc. (Biopharmaceutical science), Mahidol University<br>Ph.D. (Biopharmaceutical science), Mahidol University                   |

## 5) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและนอกประเทศ ผลงานวิจัย

- 1) **Watthanachaiyingcharoen R.**, Komatsu K, Zhu S, Vajragupta O, Leelamanit W. Authentication of *Coscinium fenestratum* among the Other Menispermaceae Plants Prescribed in Thai Folk Medicines. *Biol Pharm Bull.* 2010, 33(1); 91-94.
- 2) **Watthanachaiyingcharoen R.**, Leelamanit W. Anticancer Protein from Bitter Melon Cultivated in Thailand. *IJPS.* 2009, 5(1); 82-90.
- 3) **Watthanachaiyingcharoen R.**, Phanwichien K., Pradermwong A., Kamkaen N. Acute Toxicity Test of Medicinal Plants and Herbal Remedies of Aphthous Ulcer. *Journal of Health Research.* 2009, 23(4): 169-174.
- 4) Athikomkulchai S., **Watthanachaiyingcharoen R.**, Tunvichien S., Vayumhasuwan P., Karnsomkiet P., Sae-Jong P., Ruangrunsi N. **The Development of Anti-Acne Products from Eucalyptus globulus and Psidium guajava Oil.** *J Health Res.* 2008, 22(3): 109-113
- 5) ชญานิศ ตรีชัยธวัชวงศ์, ฤทธิ วัฒนชัยยิ่งเจริญ, รัตนา เจนยุธธนา และชัยวัฒน์ อนันตสิทธิ์ สกกุล. การเตรียมตำรับเจลสมุนไพรสำหรับรักษาการติดเชื้อแคนดิดาในปาก (Preparation of Herbal Gel Formulation for Oropharyngeal Candidiasis) *ไทยเภสัชศาสตร์และวิทยาการสุขภาพ* 2006, 1 (3); 204-208.

### การเสนอผลงานวิจัย

- 1) **Watthanachaiyingcharoen R.**, Leelamanit W., Three Major Glycoproteins Purified from Two Varieties of Momordica charantia cultivated in Thailand Possess Anticancer Activity. Pharmaceuticals in Asian Symposium on Medicinal Plants, Spices and Other Natural Products XI (ASOMPS XI). 2003, Kunming, China.
- 2) Leelamanit W., Chuethong J., Luetrakul T., Sornlek P., Boonchoy C., **Watthanachaiyingcharoen R.**, Panyim S., Tanaka H., Shoyama Y. Pharmacologically active proteins from Momordica sp. found in Thailand: Purification, Cloning, and Biological assays. Pharmaceuticals in Asian Symposium on Medicinal Plants, Spices and Other Natural Products XI (ASOMPS XI), 2003, P315, Kunming, China.
- 3) Boonchoy C., Sornlek P., Prapaitrakul S., Luetrakul T., **Watthanachaiyingcharoen R.**, Panyim S., Tanaka H., Shoyama Y., Leelamanit W. Biologically Active Proteins of Momordica charantia L. Locally cultivated In Thailand: Isolation, Cloning, Gene expression and Biological Characterization. The 16<sup>th</sup> JSPS-NRCT Joint Seminar: Recent Advances in Natural Medicine Research. December 2-4, 2003, Bangkok, Thailand.
- 4) **Watthanachaiyingcharoen R.**, Boonchoy C., Panyim S. and Leelamanit W. Genetic variability of type 1 ribosome-inactivating proteins from bitter melons. 15<sup>th</sup> The National Research Council of Thailand- the Japan Society for the Promotion of Science (NRCT-JSPS) Joint Seminar: Natural Medicines. Nov. 15-17, 2000, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand.

### ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 3

#### 1. ชื่อ – สกุล

นายสุริยะ เจียมประชาชนรากร

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำและกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการความรู้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

#### 2. ที่อยู่ปัจจุบัน

บ้าน : เลขที่ 58 หมู่บ้านสายลมนิเวศน์ ซอยบางนา – ตราด4 ถนนบางนา – ตราด (กม.1)

แขวงบางนา เขตบางนา กทม. 10260 โทรศัพท์ 0-2399-1938 มือถือ 086-5272411

ที่ทำงาน : โครงการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการความรู้ มหาวิทยาลัย

ราชภัฏสวนดุสิต อาคาร 1 ห้อง 1114 โทรศัพท์ 0-2244-5869

e-mail : suriya\_jia@hotmail.com , suriya\_jia@dusit.ac.th

### 3. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2522

ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2526

ปริญญาโท สาขาวิจัยการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2536

ปริญญาเอก สาขาพัฒนาศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2546

### 4. ประวัติการทำงาน

#### 4.1 ประสบการณ์ทางวิชาชีพ

1) อาจารย์ 1 ประจำวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น พ.ศ. 2523

2) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 3 กองโครงการ สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2524

3) อาจารย์ระดับ 3 ถึง 6 วิทยาลัยพาณิชยกรรมบางนา พ.ศ. 2525 – 2539

4) รองผู้อำนวยการ ระดับ 7 วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวกรุงเทพ สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2540 – 2545

5) ทำหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานสถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร 1 พ.ศ. 2546 – 2547

6) คณะทำงานวิชาการของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ดร.อดิศักดิ์ โพธารามิก พ.ศ. 2548

7) คณะทำงานวิชาการของผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงศึกษาธิการ ดร.พีระพันธ์ พาลุสุข (สิงหาคม 2548 – มีนาคม 2549)

8) อาจารย์ประจำและกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการความรู้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

#### 4.2 ประสบการณ์ด้านการสอน

1) สอนวิชาวิจัยธุรกิจ ระดับปริญญาตรี หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการ

2) สอนวิชาแนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการความรู้ ระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการความรู้

- 3) สอนวิชา การคิดอย่างมีวิจารณญาณและปัจจัยแห่งปัญญาในการจัดการความรู้ ระดับปริญญาโท สาขาการจัดการความรู้
- 4) สอนวิชา วิทยาการวิจัย ระดับปริญญาโทโครงการความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรกับกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น
- 5) สอนวิชา หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารการศึกษา ระดับปริญญาโท โครงการความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรกับกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น
- 6) สอนวิชา ความเป็นนักบริหารมืออาชีพ สอนระดับปริญญาโท โครงการความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรกับกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น

#### 4.3 ประสบการณ์ด้านการศึกษาอบรม/ดูงาน

- 1) ศึกษาดูงานด้านการจัดการความรู้ ที่มหาวิทยาลัย โซล ประเทศเกาหลีและบริษัท LG พ.ศ. 2551
- 2) ศึกษาดูงานด้านการจัดการความรู้ ที่มหาวิทยาลัยปักกิ่งและบริษัทฮุนได ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน พ.ศ.2550
- 3) ศึกษาดูงานการจัดทำหลักสูตรการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ณ ประเทศสิงคโปร์ พ.ศ. 2540

#### 4.4 ประสบการณ์ด้านการเป็นวิทยากรและฝึกอบรม

เป็นวิทยากรเกี่ยวกับการจัดการความรู้ให้กับหน่วยงานราชการและเอกชน จำนวนมาก เช่น บริษัท กสท.โทรคมนาคม ข้าราชการในสำนักงานจังหวัดตาก สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม เป็นต้น

### 5. ผลงานวิจัยทางวิชาการ

#### 5.1 ผลงานวิชาการ หนังสือ ตำรา บทความ

- 1) เขียนตำราด้านเศรษฐศาสตร์ สังคมศึกษา การคุ้มครองผู้บริโภค การสหกรณ์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันการเงิน ทั้งในระดับ ปวช. และ ปวส. รวม 18 วิชา ตั้งแต่ พ.ศ. 2526 – ปัจจุบัน
- 2) ร่วมเขียนตำราวิชาเศรษฐศาสตร์ภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

#### 5.2 ผลงานวิจัยหลังสำเร็จการศึกษา (เฉพาะที่เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย)

- 1) รายงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพการวิจัยของอาจารย์ใน ศูนย์การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ” พ.ศ. 2550  
งบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- 2) รายงานวิจัยประเมินโครงการ “การผลิตครูทุนครูหลักสูตร 5 ปี” พ.ศ. 2551  
งบประมาณของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา
- 3) รายงานวิจัยประเมินโครงการ “ครูสหกิจ ภาคเรียนที่ 1/2550 ” พ.ศ. 2551  
งบประมาณของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

- 4) การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล  
มหาราช อำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ” พ.ศ. 2549
- 5) การวิจัยเรื่อง “ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล  
ภาชี อำเภอกาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ” พ.ศ. 2549
- 6) การวิจัยเรื่อง “ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของเทศบาลตำบล  
บ้านสร้าง อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ”พ.ศ. 2549
- 7) การวิจัยเรื่อง “ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบล  
บางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ” พ.ศ. 2549
- 8) การวิจัยเรื่อง “ ความต้องการของสถานประกอบการในการจัดอาชีวศึกษาระบบทวิ  
ภาคีระดับปริญญาตรีของสถาบันอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร 1 ” ระหว่างปี  
การศึกษา 2546 – 2547
- 9) การวิเคราะห์ผลของความเสมอภาคทางการศึกษาที่มีต่อการกระจายรายได้ใน  
ประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 – 8 (พ.ศ.  
2525 - 2546) วิทยานิพนธ์ ระดับดุษฎีบัณฑิต
- 10) การวิจัยเรื่อง “ ความต้องการกำลังคนอาชีวศึกษาและศักยภาพของสถาบันการ  
อาชีวศึกษา กรุงเทพมหานคร” พ.ศ. 2545
- 11) การวิจัยเรื่อง “ การประเมินการฝึกงานในสถานประกอบการของนักศึกษาระดับ  
ปวส.วิทยาลัยพาณิชยการ พ.ศ. 2542
- 12) การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ค่าวัสดุฝึกgrayหัวที่ควรจะเป็นต่อการจัดการอาชีวศึกษา  
ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานในสาขาวิชาอุตสาหกรรม คหกรรม พาณิชยกรรม และ  
ศิลปกรรม” พ.ศ. 2539
- 13) การวิจัยเรื่อง “ การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการจัดการอาชีวศึกษาระหว่าง  
สถานศึกษาของ รัฐและเอกชน” พ.ศ. 2536 (วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต)
- 14) การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแผนทดสอบวัดความถนัดทางการเรียนพาณิชยการ”พ.ศ.  
2533
- 15) การวิจัยเรื่อง “ การพัฒนารูปแบบการจัดการอาชีวศึกษา สาขาพาณิชยการให้  
สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน” พ.ศ. 2532
- 16) การวิจัยเรื่อง “ การเรียนการสอนลูกเสือ – เนตรนารีวิสามัญในวิทยาลัยพาณิชยการ  
กรมอาชีวศึกษา” พ.ศ. 2530



- 7.3 มาตรฐานวิชาชีพครูการศึกษาปฐมวัยกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2554 การศึกษารูปแบบโครงสร้างสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ.2554 หัวหน้าโครงการวิจัย
- 7.4 การแปรรูปและถนอมอาหารเกษตรอินทรีย์ของชุมชนโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนพ.ศ.2553 หัวหน้าโครงการวิจัย
- 7.5 การศึกษาความสามารถทางสมองและความฉลาดทางอารมณ์ของเยาวชนกรุงเทพมหานครที่เข้าร่วมโครงการเยาวชนคนอัจฉริยะพ.ศ.2552 หัวหน้าโครงการวิจัย
- 7.6 การพัฒนาความสามารถทางสมองและความฉลาดทางอารมณ์เพื่อปรับพฤติกรรมก้าวร้าวพ.ศ.2551 หัวหน้าโครงการวิจัย

### ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 5

- 1) ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สริน ทัดทอง  
(ภาษาอังกฤษ) Asst. Prof. Sarin Tadtong, Ph.D.
- 2) เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 1020 01857 XX X
- 3) ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 ประจำสาขาวิชาเภสัชเวช
- 4) สถานที่ทำงาน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (องครักษ์)  
63 หมู่ 7 ถนนรังสิต-องครักษ์ จังหวัดนครนายก 26120  
โทรศัพท์ 037-395094-5 ต่อ 1642; 08-1920-5298  
โทรสาร 037-395096  
e-mail: [sarin@swu.ac.th](mailto:sarin@swu.ac.th), [stadtong@yahoo.com](mailto:stadtong@yahoo.com)

- 5) ประวัติการศึกษา ภ.บ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ภ.ม. (เภสัชเวช) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
วท.ด.(เภสัชเคมีและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ)จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 6) สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ

- 7.1) การศึกษาสารทุติยภูมิ (ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ) ที่สร้างจากจุลินทรีย์จากทะเลและป่า ชายเลน
- 7.2) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเคมีของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติด้วยวิธีทางเคมี
- 7.3) การทดสอบฤทธิ์ neuritogenesis และ neuroprotective โดยใช้ differentiated murine embryonal carcinoma cell line
- 7.4) การทดสอบฤทธิ์ความเป็นพิษต่อเซลล์ (in vitro cytotoxicity assay)
- 7.5) การทดสอบฤทธิ์ต้านเชื้อจุลชีพ (antimicrobial assay)
- 7.6) การทดสอบฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ (antioxidant assay)
- 7.7) การทดสอบฤทธิ์ยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ไทโรซิเนส (tyrosinase inhibition assay)

## 7) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและนอกประเทศ

### การรับทุนวิจัย:

- 7.1) ทุนโครงการปริญญาเอกกาญจนาภิเษกรุ่นที่ 5 สกว.วิทยานิพนธ์ เรื่อง Chemistry and Bioactivity on P19 Neuron Like-cells of Geldanamycins เลขที่สัญญา PHD/0146/2545
- 7.2) ทุน JASSO short-term student exchange promotion program (inbound) scholarship 2004 จากประเทศญี่ปุ่น
- 7.3) ทุน ACP-CEOCA ภายใต้โครงการ JSPS-ACP (Japan Society for Promotion of Sciences-Asian Core Program) on Cutting-Edge Organic Chemistry in Asia จากประเทศญี่ปุ่น เพื่อทำการสังเคราะห์อนุพันธ์ dedarbamate ของสาร geldanamycin เพื่อใช้ในการทดสอบฤทธิ์ neuroprotective ณ Laboratory of Organic Chemistry, Graduate School of Bioagricultural Sciences ณ Nagoya University ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2553 – 31 มีนาคม 2553

### หัวหน้าโครงการ:

- 7.4) ทุนเพิ่มพูนศักยภาพบุคลากรด้านงานวิจัย คณะเภสัชศาสตร์ ประจำปี พ.ศ. 2550 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การหาสารสกัดจากพืชในประเทศไทยที่มีฤทธิ์ต้านจุลชีพ เลขที่สัญญา 192/2550
- 7.5) ทุนเพิ่มพูนศักยภาพบุคลากรด้านงานวิจัย คณะเภสัชศาสตร์ ประจำปี พ.ศ. 2552 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การหาสารสกัดจากพืชในประเทศไทยที่มีฤทธิ์เพิ่มแขนงประสาท เลขที่สัญญา 366/2552
- 7.6) ทุนวิจัยเซเรบอส อวอร์ด ครั้งที่ 11 ประจำปี พ.ศ. 2554 สำหรับงานวิจัย เรื่อง ฤทธิ์ปกป้องเซลล์ประสาทและฤทธิ์กระตุ้นการงอกและเพิ่มจำนวนของแขนงประสาทของสารสกัดจากผลไม้ในประเทศไทย

### ผู้ร่วมวิจัย:

- 7.7) ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่องปากจากสารสกัดเปลือกมังคุด
- 7.8) ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาตำรับเครื่องสำอางที่มีสารสกัดเปลือกมังคุดเพื่อใช้ในการรักษาสิวและฝ้า
- 7.9) ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การทดสอบฤทธิ์ต้านจุลชีพและการพัฒนาตำรับยาต้านจุลชีพจากน้ำมันสมุนไพรไทยสูตรผสมเพื่อใช้เป็นยาภายนอกสำหรับสัตว์
- 7.10) ทุนอุดหนุนทั่วไปจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การศึกษาผลของหมู่แทนที่ ซินิควแหวนบนโครงสร้างของสารเมลาโทนิน ต่อฤทธิ์ต้านมะเร็ง ฤทธิ์การเพิ่มแขนงประสาทและฤทธิ์ปกป้องเซลล์

- 7.11) ทุนอุดหนุนทั่วไปจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การศึกษาผลของหมู่แทนที่บนไนโตรเจนสายตรงของสารเมลาโทนินต่อฤทธิ์ต้านมะเร็ง ฤทธิ์การเพิ่มแขนงประสาทและฤทธิ์ปกป้องเซลล์
- 7.12) ทุนสนับสนุนการวิจัยจากเงินรายได้มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 สำหรับงานวิจัย เรื่อง การทดสอบฤทธิ์ต้านจุลชีพของน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม

**งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว: ชื่อเรื่อง ปีที่พิมพ์และสถานที่ในการทำการวิจัย**

**รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์:**

1. งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่องปากจากสารสกัดเปลือกมังคุด ปี 2550
2. งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาตำรับเครื่องสำอางที่มีสารสกัดเปลือกมังคุดเพื่อใช้ในการรักษาผิวและฝ้า ปี 2550

**ผลงานวิจัยที่เผยแพร่: จากปี 2007 - ปัจจุบัน**

1. **Tadtong S, Meksuriyen D, Tanasupawat S, Isobe M, and Suwanborirux K. 2007.**  
Geldanamycin Derivatives and Neuroprotective Effect on Cultured P19-derived Neurons. **Bioorganic Medicinal Chemistry Letter.** 17(10): 2939-2943.
2. **Tadtong S, Wannakhot P, Poolsawat W, Athikomkulchai S, and Ruangrungsi N. 2009.**  
Antimicrobial activities of essential oil from *Etlingera punicea* rhizome. **Journal of Health Research.** 23(2): 77-79.
3. **Tadtong S, Viriyaroj A, Vorarat S, Nimkulrat S, and Suksamram S. 2009.**  
Antityrosinase and antibacterial activities of mangosteen pericarp extract. **Journal of Health Research.** 23(2): 99-102.
4. **Tadtong S, Athikomkulchai S, Worachanon P, Chalongpol P, Chaichanachaichan P, and Sareedenchai V. 2011.** Antibacterial activities of rambutan peel extract. **Journal of Health Research.** 25(1): 35-37.
5. **Tadtong S, Athikomkulchai S, and Sareedenchai V. 2012.** Neuritogenic activity of Thai plant extracts. **Journal of Health Research.** 26(5): In Press.
6. **Tadtong S, Suppawat S, Tintawee A, Saramas P, Jareonvong S, and Hongratanaworakit T. 2012.** Antimicrobial activity of blended essential oil preparation. **Natural Product Communications.** Accepted on August 9<sup>th</sup>, 2012.

**ORAL PRESENTATION:**

**ระดับชาติ:** จากปี2006 - ปัจจุบัน

1. **Tadtong S**, Meksuriyen D, Tanasupawat S, Isobe M, and Suwanborirux K. “Structures of Geldanamycins and Their Bioactivity on P19 Neuron-Like Cells” RGJ-Ph.D.CongressVII. April 20-22, 2006, Pattaya, Chonburi, Thailand.
2. พิชญ์สินี วรชานนท์, พิมพา ฉลองพล, พิชัย ชัยชนะชัยชาญ, **สริน ทัดทอง**, ศิริวรรณ อธิคมกุลชัย, และ วิภาพร เสรีเด่นชัย. “การศึกษาฤทธิ์ทางชีวภาพของสารสกัดจากเปลือกเงาะ” SWU5-1096.  
การประชุมเชิงวิชาการ “ศรินครินทร์วิโรฒวิชาการ ครั้งที่ 5” วันที่ 17-18 มีนาคม 2554, ณ มหาวิทยาลัยศรินครินทร์วิโรฒ ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย.

**POSTER PRESENTATION:**

**ระดับนานาชาติ:** จาก 2001 - ปัจจุบัน

1. **Tadtong S**, Suwanborirux K, Tanasupawat S, and Pedpradoub S. “A New Geldanamycin Derivative from a Thai Mangrove Streptomyces sp.” p87. 10<sup>th</sup> International Symposium on Marine Natural products. June 24-29, 2001, Nago, Okinawa, Japan.
2. **Tadtong S**, Meksuriyen D, Tanasupawat S, Isobe M, and Suwanborirux K. “Structures of Geldanamycins and Their Bioactivity on P19 Neuron-Like Cells” p199. ICOB-5&ISCNP-25 IUPAC International Conference on Biodiversity and Natural Products. July 23-28, 2006, Kyoto, Japan.
3. **Tadtong S.**, Meksuriyen D, Tanasupawat S, Isobe M, and Suwanborirux K. “Geldanamycin from a Thai Mangrove Streptomyces: 19-O-Methylgeldanamycin and Neuroprotective Effect” p119. 12<sup>th</sup> International Symposium on Marine Natural products. February 4-9, 2007, Queenstown, New Zealand.
4. **Tadtong S**, Sawayama Y, Nishikawa T, Isobe M, and Suwanborirux K. “7-Decarbamoyl-geldanamycin promoted neurite outgrowth of cultured P19-derived neurons.” p75. 13<sup>th</sup> International Symposium on Marine Natural products. October 17-22, 2010, Phuket, Thailand.
5. **Tadtong S**, Athikomkulchai S, Worachanon P, Chalongpol P, Chaichanachaichan P, and Sareedenchai V. “Anti-methicillin resistant Staphylococcus aureus (MRSA) effect of rambutan pericarp extract.” p68. The 9<sup>th</sup> NRCT-JSPS Joint Seminar 2010 “Natural Medicine Research for the Next Decade: New Challenges and Future Collaboration”. December 8-9, 2010, Bangkok, Thailand.

6. **Tadtong S**, Suppawat S, Tintawee A, Saramas P, Jareonvong S, and Hongratanaworakit T. “Antimicrobial activity of blended essential oil preparation” p70. The 9<sup>th</sup> NRCT-JSPS Joint Seminar 2010 “Natural Medicine Research for the Next Decade: New Challenges and Future Collaboration”. December 8-9, 2010, Bangkok, Thailand.
7. Jantakoon P, **Tadtong S**, Sakonnakhon JPN, and Puthongking P. “Biological effect of nordentatin and heptaphylline on cultured P19-derived neurons” IP-009. The 8<sup>th</sup> Asian Federation for Medicinal Chemistry (AFMC) International Medicinal Chemistry Symposium (AIMECS 11) “Frontier of Medicinal Science”. November 29-December 2, 2011, Tokyo, Japan.
8. Chodgawanich E, Keawkasam T, Sitthikongsak P, Athikomkulchai S, Sareedenchai V, and **Tadtong S**. “Neuritogenic and neuroprotective activities of *Clitorea ternatea* L. flower extract” HST-P-044. The 6<sup>th</sup> Pure and Applied Chemistry International Conference (PACCON 2012) “Chemistry beyond Boundaries”. January 11-13, 2012, Chiang Mai, Thailand.
9. Jaisuay T, Khankhen N, Hongratanaworakit T, and **Tadtong S**. “Antioxidant activity of blended essential oil preparation” HST-P-086. The 6<sup>th</sup> Pure and Applied Chemistry International Conference (PACCON 2012) “Chemistry beyond Boundaries”. January 11-13, 2012, Chiang Mai, Thailand.
10. **Tadtong S**, Watthanachaiyingcharoen R, and Kamkaen N. “Synergistic antimicrobial activities of the combination essential oils of *Cymbopogon citratus* and *Alpinia galangal*” PO202. ISEO2012 - 43rd International Symposium on Essential Oils. September 5-8, 2012, Lisbon, Portugal.

#### ระดับชาติ:

1. สุพิชชา สรรพวัฒน์, อัญชลี ถิ่นทวี, ภณิดา สารระมาศ, **สริน ทัดทอง**, และ ฐาปนีย์ หงส์รัตนาวารกิจ .

“ฤทธิ์ต้านจุลชีพของน้ำมันหอมระเหยสูตรผสม” SWU5-1095. การประชุมเชิงวิชาการ

“ศรีนครินทรวิโรฒวิชาการ ครั้งที่ 5” วันที่ 17-18 มีนาคม 2554, ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประสานมิตร, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย.

#### งานวิจัยที่กำลังทำ:

1. ฤทธิ์ต่อเซลล์ประสาทเพาะเลี้ยงพืชใบแก้วของอนุพันธ์ของเมลลาโทนิน
2. ทดสอบฤทธิ์ต้านจุลชีพจากน้ำมันสมุนไพรไทยเพื่อใช้เป็นยาภายนอกสำหรับสัตว์

**ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 6**

- 1) ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารัสนี โปธารส  
(ภาษาอังกฤษ) Assistant Professor Darussanee Potaros
- 2) รหัสประจำตัวประชาชน 3-1201-00714-14-9
- 3) ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8
- 4) สถานที่ทำงาน กลุ่มวิชาการพยาบาลผู้ใหญ่  
คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131  
โทรศัพท์ : 038-102833  
Email: darussanee@yahoo.com
- 5) ประวัติการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พยาบาลและผดุงครรภ์)  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ  
มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพฯ  
พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาการพยาบาลผู้ใหญ่)  
คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ  
มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพฯ
- 6) สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
- การพยาบาลทางห้องผ่าตัด  
- การพยาบาลผู้ป่วยที่มีปัญหากล้ามเนื้อ กระดูก และข้อ
- 7) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- รางวัล**
- ทุนผลิตและพัฒนาอาจารย์ มหาวิทยาลัยมหิดล (พ.ศ.2536-2538)
  - ทุนพัฒนาอาจารย์สาขาพยาบาลศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา(พ.ศ. 2552-2555)
  - World Fellowships Scholarship; Sponsor: The Delta Kappa Gamma Society; 2010.
- งานวิจัย**
- ดารัสนี โปธารส. (2538). คุณภาพการนอนหลับของผู้ป่วยหลังผ่าตัดที่เข้ารับการรักษาตัวใน  
โรงพยาบาลรามาริบัติ. วิทยานิพนธ์หลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต คณะ  
แพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาริบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทัศนีย์ วรรณทรากุล, ดารัสนี โปธารส และคณะ (2549). ประสิทธิภาพการสอนโดยอาจารย์  
๒ ทีม ในนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ ๓ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.  
ชลบุรี: คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- วิภา วิเสโส และดารัสนี โปธารส (2552). ประสิทธิภาพของโปรแกรมถนนสีขาวต่อ  
พฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากยานยนต์ของนิสิตหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต

คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

**ดาร์สนี โพรธาส.** (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างค่าระดับชั้นเฉลี่ยเฉพาะรายภาคเรียนกับคุณภาพการนอนหลับของนิสิตคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

#### ผลงานวิจัยที่เผยแพร่

**ดาร์สนี โพรธาส.** (2538). คุณภาพการนอนหลับของผู้ป่วยหลังผ่าตัดที่เข้ารับการรักษาตัวในโรงพยาบาลรามารามิบัติ. วิทยานิพนธ์หลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามารามิบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล.

**ดาร์สนี โพรธาส.** (2545). เอกสารประกอบการสอนในรายวิชาการพยาบาลผู้ใหญ่ 1 หัวข้อ การพยาบาลทางห้องผ่าตัด และ การพยาบาลผู้ป่วยที่มีปัญหากล้ามเนื้อ กระดูก และข้อ. ชลบุรี: ภาควิชาการพยาบาลอายุรศาสตร์และศัลยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

**ดาร์สนี โพรธาส.** (2546). การพยาบาลในห้องพักรฟื้น. กรุงเทพฯ: พี เพรส.

ทัศนีย์ วรรณทรากุล, **ดาร์สนี โพรธาส** และคณะ (2549). ประสิทธิภาพการสอนโดยอาจารย์ ๒ ทีม ในนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ ๓ คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา)

วิภา วิเสโส และ**ดาร์สนี โพรธาส** (2552). ประสิทธิภาพของโปรแกรมถนนสีเขียวต่อพฤติกรรมการป้องกันอุบัติเหตุจากยานยนต์ของนิสิตหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

**ดาร์สนี โพรธาส.** (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างค่าระดับชั้นเฉลี่ยเฉพาะรายภาคเรียนกับคุณภาพการนอนหลับของนิสิตคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Pongthavornkamol, K., Olson, K. Soparattanapaisarn, N., Chatchaisucha, S., Khamkon, A. & **Potaros D.** (2010). Understanding the nature of fatigue in patients with cancer: A cross cultural study between Thailand and Canada. Presented at The 4th Hong Kong International Nursing Conference. Health care reform: Nurses' Role in promoting and managing the health of the community, 4-5 June, 2010 (Oral presentation).

### ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 7

- 1) ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตุลยา โพธารส  
(ภาษาอังกฤษ) Assistant Professor Dr. Tulaya Potaros
- 2) รหัสประจำตัวประชาชน 5-1006-00059-79-1
- 3) ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8
- 4) สถานที่ทำงาน สาขาวิชาชีวเภสัชศาสตร์  
คณะเภสัชศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (องครักษ์)  
63 หมู่ 7 ถนนรังสิต-องครักษ์ จังหวัดนครนายก 26120  
โทรศัพท์ 037-395094-5 โทรสาร 037-395096
- 5) ประวัติการศึกษา ภ.บ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
M.Sc. (Biopharmaceutical science), Mahidol University  
Ph.D. (Biopharmaceutical science), Mahidol University
- 6) สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ การทดสอบฤทธิ์ทางชีวภาพ (Biological assay) ชีวเภสัชศาสตร์ (Biopharmacy)
- 7) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
  - 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย: ชื่อแผนงานวิจัย –
  - 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย –
  - 7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว:
    - 1) Potaros, T., Watthanachaiyingcharoen, R., & Potaros, T. (2011). Preparation and Physical Stability of Nile Tilapia Fish Skin Collagen Creams. Thai Pharmaceutical and Health Science Journal, 6(4), 260-264.
    - 2) **Tulaya Potaros.** (2008). Intracellular Trafficking of Neuronal Nicotinic Acetylcholine Receptors: Role of the Tumor Suppressor Protein, Adenomatous Polyposis Coli. Ph.D. Thesis. Biopharmaceutical science, Graduate Study, Mahidol University.
    - 3) ตุลยา โพธารส, อติยา ทรัพย์สังข์ และภาณี ฤทธิเลิศ. (2547) การถอนทะเบียนยา rofecoxib. สารคลังข้อมูลยา, 6, 4-7.
    - 4) ตุลยา โพธารส. (2542). HMG-CoA- Reductase Inhibitor. ศรีนครินทรวิโรฒเภสัชสาร. 4 (1), 66-73.

- 5) **ตุลยา โพธารส.** (2541). ผลของ Fluvastatin ต่อ Hepatotoxic effect ของ gemfibrozil ในตับหนูขาว. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาเภสัชศาสตร์ (เภสัชวิทยา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
2. งานวิจัยที่กำลังทำ: ชื่อข้อเสนอการวิจัย และสถานภาพในการทำวิจัย

### ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 8

- 1) ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) นางสาวเนตรดาว ณ พัทลุง  
(ภาษาอังกฤษ) Ms. Natedaow Na Patalung
- 2) รหัสประจำตัวประชาชน 5-1006-00059-79-1
- 3) ตำแหน่งปัจจุบัน เจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์
- 4) สถานที่ทำงาน วิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน  
114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110  
โทรศัพท์ 02-2602067 โทรสาร 02-2602068
- 5) ประวัติการศึกษา ครุศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม  
M.Sc. in Kinesiology and Recreation  
(Recreation Administration), Illinois State  
University, USA
- 6) สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
Tourism and Hospitality Management
- 7) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย: ชื่อแผนงานวิจัย –
- 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย: ชื่อโครงการวิจัย–
- 7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว:
- 1) Ampornmaha T. Kamkaen N., **Na Patalung N.** and Monrakkharom S. (2010). A Study of Hospitality Management for Environmental Certification: Case Study: Evason Hua Hin Six Senses Resort & Spa, Pranburi, Prachuabkirkhan. International Thai Tourism Journal. 3 (3): 1-10.
- 7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ: ชื่อข้อเสนอการวิจัย และสถานภาพในการทำวิจัย
-