

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ (2) ศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ (3) ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ และ (4) เพื่อหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ มีระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปใช้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

จังหวัด	ปี 2559	
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
เพชรบุรี	5,563,700	484,668
ประจวบคีรีขันธ์	4,028,053	979,141
รวม	9,591,753	1,463,809

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2560)

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยแบ่งเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 9,591,753 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 1,463,809 คน (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) คณะผู้วิจัยได้ทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) กำหนดให้มีขนาดของตัวอย่างประชากรที่ระดับมีนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนี้

สูตร	$n = \frac{N}{1+Ne^2}$
เมื่อ	$n =$ จำนวนตัวอย่างที่จะต้องทำการสุ่ม
	$N =$ จำนวนประชากรทั้งหมด
	$e =$ ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 800 คน โดยจะมีการแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน
วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling)

2. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1) เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 6 ตอน โดยเป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check-list) และแบบปลายเปิด (Open end) ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบ Check list จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นแบบ Check list ประเภทเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ มีทั้งสิ้นจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบบส่วนประมาณค่าจำนวน 11 ข้อ โดยระดับความคิดเห็นมีระดับดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความสนใจและความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สปา เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบบส่วนประมาณค่าจำนวน 4 ข้อ โดยระดับความคิดเห็นมีระดับดังนี้

5 หมายถึง ต้องการมากที่สุด

4 หมายถึง ต้องการมาก

3 หมายถึง ต้องการปานกลาง

2 หมายถึง ต้องการน้อย

1 หมายถึง ต้องการน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบบส่วน
ประมาณค่าจำนวน 14 ข้อ โดยระดับความคิดเห็นมีระดับดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 6 แนวโน้มด้านการเดินทางมาใช้บริการและค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแบบ Check list จำนวน 3 ข้อ เป็นแบบคำถามปลายเปิด จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

2.2) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการหาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ
Cronbach (1970) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา α เท่ากับ 0.89

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 4 เดือน การเก็บ
รวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแจกแบบสอบถาม ตามโรงแรม
ในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ที่มีบริการสปา ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ
(Accidental sampling) โดยเก็บจากนักท่องเที่ยวที่ได้มาเข้าพักในโรงแรมและใช้บริการสปาของ
โรงแรมในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบ
ความถูกต้องและนำมาดำเนินการจัดกระทำข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
ทางคอมพิวเตอร์สำหรับการคำนวณหาค่าสถิติตามลักษณะข้อมูลดังนี้

4.1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การแจกแจง
ความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percent) จากนั้นแปลความหมายในลักษณะบรรยาย

4.2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยหาจำนวนร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean)
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมุติฐาน

(1) t-test

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S.D.^2_H}{n_H} + \frac{S.D.^2_L}{n_L}}}$$

t	คือ	ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัด
\bar{X}_H	คือ	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มสูง
\bar{X}_L	คือ	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มต่ำ
$S.D.^2_H$	คือ	ความแปรปรวนของกลุ่มสูง
$S.D.^2_L$	คือ	ความแปรปรวนของกลุ่มต่ำ
n_H	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มสูง
n_L	คือ	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มต่ำ

(2) ANOVA

$$SS_T = \sum_{i=1}^a \sum_{j=1}^b \sum_{k=1}^n y_{ijk}^2 - \frac{y_{...}^2}{abn}$$

$$SS_A = \sum_{i=1}^a \frac{y_{i..}^2}{bn} - \frac{y_{...}^2}{abn}$$

$$SS_B = \sum_{j=1}^b \frac{y_{.j.}^2}{an} - \frac{y_{...}^2}{abn}$$

$$SS_{AB} = \sum_{i=1}^a \sum_{j=1}^b \frac{y_{ij.}^2}{n} - \frac{y_{...}^2}{abn} - SS_A - SS_B$$

$$SS_E = SS_T - SS_{AB} - SS_A - SS_B$$

(3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis หรือ EFA)

สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ มีข้อตกลงเบื้องต้น (Stevens, 1992, 1996; Tabachnick & Fidell, 2001; Munro, 2001, p. 309 อ้างถึงใน เพชรน้อยสิงห์ช่างชัย, 2549)

3.1) ตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ต้องเป็นตัวแปรที่มีค่าต่อเนื่อง หรือมีค่าในมาตราระดับช่วง (Interval scale) และมาตราอัตราส่วน (Ratio scale) เนื่องจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

3.2) ตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ควรมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในระดับสูง ($r=0.30-0.70$) รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบและตัวแปรที่อยู่ในรูปเชิงเส้น (linear) เท่านั้น

3.3) จำนวนตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ควรมีจำนวนมากกว่า 30 ตัวแปร

3.4) กลุ่มตัวอย่าง ควรมีขนาดใหญ่และควรมีมากกว่าจำนวนตัวแปร ซึ่งมักมี คำถามว่าควรมากกว่ากี่เท่า มีบางแนวคิดที่เสนอแนะให้ใช้จำนวนข้อมูลมากกว่าจำนวนตัวแปรอย่างน้อย 5-10 เท่า หรืออย่างน้อยที่สุด สัดส่วนจำนวนตัวอย่าง 3 ราย ต่อ 1 ตัวแปร

3.5) กรณีที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle component analysis) ตัวแปรแต่ละตัวหรือข้อมูล ไม่จำเป็นต้องมีการแจกแจงแบบปกติ แต่ถ้าตัวแปรบางตัวมีการแจกแจงเบ้ค่อนข้างมาก และมีค่าต่ำสุด และค่าสูงสุดผิดปกติ (Outlier) ผลลัพธ์ที่ได้อาจจะไม่ถูกต้อง

(4) โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

เป็นโมเดลเชิงสาเหตุ (causal relationship) ระหว่างตัวแปรภายนอกและตัวแปรภายใน (หรือระหว่างตัวแปรแฝง) ซึ่งอาจเป็นแบบทางเดียวและแบบเส้นเชิงบวก (Recursive and linear additive) หรือแบบสองทางและแบบเส้นเชิงบวก (Non- recursive and linear additive) และโมเดลการวัด (Measurement model) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ การยืนยันหรือการทดสอบว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ นั้น มีสถิติวัดความสอดคล้อง ดังนี้ เช่น

4.1) ค่าไค-สแควร์ (Chi-square) ที่ไม่มีนัยสำคัญ คือค่า p-value สูงกว่า 0.05

4.2) ค่าสัดส่วนไค-สแควร์/df มีค่าไม่ควรเกิน 2.00

4.3) ค่า goodness of fit index: GFI, adjusted goodness of fit index: AGFI, comparative fit index: CFI มีค่าตั้งแต่ 0.90 – 1.00

4.4) ค่า standardized root mean squared residual: standardized RMR, root mean square of error approximation: RMSEA มีค่าต่ำกว่า 0.05

4.5) ค่า critical n: CN มีค่าเท่ากับ หรือมากกว่า 200 ของกลุ่มตัวอย่าง

4.6) ค่า largest standardized residual มีค่า -2 ถึง 2

การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ได้แก่ สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 10 คน

2. เครื่องมือในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสัมภาษณ์ซึ่งมีข้อความครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ

- ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจสปา
- ผลิตภัณฑ์และบริการสปาที่ให้บริการ
- พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว / ลูกค้า
- จำนวนของนักท่องเที่ยว / ลูกค้าที่มารับบริการ
- ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว / ลูกค้า
- ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปา
- ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในห้องพัก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) ที่ได้มีการเตรียมข้อความไว้แล้ว ซึ่งมีการบันทึกเทปรหว่างการสนทนา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

4.1.1) ใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่

แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่

แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่

แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้จากบุคคลที่แตกต่างกันในเวลาและสถานการณ์ที่แตกต่างกันในเรื่องเดียวกันได้คำตอบที่เหมือนกัน

4.1.2) การรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยจะดำเนินการไปอย่างต่อเนื่อง ไม่มีความแตกต่างในคำตอบ เรียกว่า “อิมิตัว” ก็จะนำเอาข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาใช้ในการตอบ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยการพัฒนาตำหรับเครื่องสำอาง จำนวน 7 รายการ ได้แก่ เจลอาบน้ำ เจลพอกผิว ครีมอาบน้ำ Bath Bomb และเกลือขัดผิว ซึ่งทั้ง 7 ผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนานี้ได้ข้อมูลมาจากความต้องการของสถานประกอบการทั้ง โรงแรมธารามันตรา ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และวาทีกา ริโซวิลล่า กุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีความต้องการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการนำ “นวัตกรรม” มาส่งเสริมการบริการเชิงสุขภาพของโรงแรมให้มีคุณภาพ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพมากยิ่งขึ้น

โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการวิจัยเชิงทดลองทางวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง โดยมีขั้นตอนและวิธีการทำ ดังนี้

1. เจลอาบน้ำ



ภาพที่ 3.1 การทำเจลอาบน้ำ

1.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.2 ส่วนผสมเจลอาบน้ำ

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	Aqua	74.2	742.0	1,484.0
	2NaEDTA	0.1	1.0	2.0
	Glycerin	2.0	20.0	40.0
	Texaphon N 70	15.0	150.0	300.0
B	CDEK 82%	3.0	30.0	60.0
	Cocamidopropyl betaine	3.0	30.0	60.0
C	NaCl	1.0	10.0	20.0
D	DMDM	0.5	5.0	10.0
E	Perfume	0.2	2.0	4.0
	Tween 20	1.0	10.0	20.0
	Total	100.0	1,000.0	2,000.0

1.2) วิธีทำ

- Part A : ชั่งน้ำ+2NaEDTA+Glycerin คนให้ละลาย
- Part B: ชั่ง Texaphon N 70+CDEK 82%+Cocamidopropyl betaine คนเบา ๆ ให้ทั่ว
- เท Part A ลงใน Part B ช้าๆ จนเป็นเนื้อเดียวกัน เติม NaCl คนให้ละลายเจลจะหนืด
- เติม Part D
- Part E: ละลายน้ำหอมกับ Tween 20 คนให้ละลาย เทลงไปในเจล

2. เจลพอกผิวสูตรที่ 1



ภาพที่ 3.2 การทำเจลพอกผิวสูตรที่ 1

2.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.3 ส่วนผสมเจลพอกผิวสูตรที่ 1

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	Aqua	85.2	852.0	1,704.0
	2NaEDTA	0.1	1.0	2.0
	Glycerin	10.0	100.0	200.0
	Carbopol ultrez 21	1.0	10.0	20.0
B	สารสกัดแคนตาลูป	0.5	5.0	10.0
C	Phenoxyethanol	1.0	10.0	20.0
D	Perfume	0.2	2.0	4.0
	Tween 20	1.0	10.0	20.0
E	Triethanolamine	1.0	10.0	20.0
	Total	100.0	1,000.0	2,000.0

2.2) วิธีการทำ

- Part A : ชั่งน้ำ+2NaEDTA+Glycerin คนให้ละลาย โปรรย Carbopol ultrez 30
- ร่อนเจลฟองใส
- Part B และ C : เติมน้ำมะนาวลงไป คนให้เข้ากัน เติมสารกันเสีย
- Part D : ผสมน้ำหอมกับ Tween 20 เทลงในเจล คนจนเป็นเนื้อเดียวกัน
- Part E: เติม Triethanolamine ลงไปและคนให้เข้ากัน

3. เจลพอกผิวสูตรที่ 2



ภาพที่ 3.3 การทำเจลพอกผิวสูตรที่ 2

3.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.4 ส่วนผสมเจลพอกผิวสูตรที่ 2

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	Aqua	81.2	812	1,624.0
	2NaEDTA	0.1	1.0	2.0
	Glycerin	10.0	100.0	200.0
	Kemko N-PAMA	2.0	20.0	40.0
B	สารสกัดแคนตาลูป	0.5	5.0	10.0
	น้ำมันมะพร้าว	5.0	50.0	100.0
C	Phenoxyethanol	1.0	10.0	20.0
D	Perfume	0.2	2.0	4.0
	Total	100.0	1,000.0	2,000.0

3.2) วิธีทำ

- Part A : ชั่ง Kemko N-PAMA
- ชั่งน้ำ+2NaEDTA+Glycerin คนให้ละลาย เททีละน้อยลงใน Kemko N-PAMA คนให้ขึ้นเจล
- Part B เติมสารสกัดแคนตาลูปและน้ำมันมะพร้าวลงไป คนให้เข้ากัน เติมสารกันเสีย
- Part D : เติมน้ำหอมลงในเจล คนจนเป็นเนื้อเดียวกัน

4. ครีมอาบน้ำ



ภาพที่ 3.4 การทำครีมอาบน้ำ

4.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.5 ส่วนผสมครีมอาบน้ำ

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	Aqua	74.1	741.0	1,482.0
	2NaEDTA	0.1	1.0	2.0
	Glycerin	2.0	20.0	40.0
	Texaphon N 70	15.0	150.0	300.0
B	CDEK 82%	3.0	30.0	60.0
	Cocamidopropyl betaine	3.0	30.0	60.0
C	NaCl	1.0	10.0	20.0
D	DMDM	0.5	5.0	10.0
E	Pearl	1.0	10.0	20.0
F	Perfume	0.3	3.0	6.0
	Total	100.0	1,000.0	2,000.0

4.2) วิธีทำ

- Part A : ชั่งน้ำ+2NaEDTA+Glycerin คนให้ละลาย
- Part B: ชั่ง Texaphon N 70+CDEK 82%+Cocamidopropyl betaine คนเบา ๆ ให้ทั่ว
- เท Part A ลงใน Part B ช้าๆ จนเป็นเนื้อเดียวกัน เติม NaCl คนให้ละลายจะละเอียด
- เติม DMDM คนให้เป็นเนื้อเดียว
- เติม Pearl คนให้ทั่ว เติมน้ำหอม คนให้ทั่ว

6. โลชั่น (Body lotion)



ภาพที่ 3.5 การทำโลชั่น

5.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.6 ส่วนผสมโลชั่น (Body lotion)

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	Aqua	84.2	842.0	1,684.0
	2NaEDTA	0.1	1.0	2.0
	Glycerin	2.0	20.0	40.0
	Carbopol ultrez 21	0.2	2.0	4.0
	Sabowax FL10	3.0	30.0	60.0
	Wax C	2.0	20.0	40.0
B	GMS	1.0	10.0	20.0
	Stearyl alcohol	0.5	5.0	10.0
	White oil	5.0	50.0	100.0
C	SF 1214	0.5	5.0	10.0
D	สารสกัดแคนตาลูป	0.5	5.0	10.0
E	Phenochem NIB	0.5	5.0	10.0
F	TEA	0.3	3.0	6.0
G	Perfume	0.2	2.0	4.0
	Total	100.0	1,000.0	2,000.0

5.2) วิธีทำ

- Part B เริ่มจาก Sabowax fl10
- 1 ละลาย 2Naedta glycerin ลงในน้ำ
 - โปรรย Carbopol ลงไปรอ จนพอง นำไปให้ความร้อน
 - 2 ชั่ว Part b นำไปให้ความร้อน
 - เท A ลง B คนจนเป็นเนื้อเดียวกัน
 - เติม Part ที่เหลือลงไปทีละตัว จนหมด

6. Bath Bomb



ภาพที่ 3.6 การทำ Bath Bomb

6.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.7 ส่วนผสม Bath Bomb

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	Baking Soda	40.0	400.0	0.0
	Citric acid	20.0	200.0	0.0
	Corn Strach	10.0	100.0	0.0
	MgSO ₄ anhydrous	20.0	200.0	0.0
B	Oil	5.0	50.0	0.0
C	Glycerine	5.0	50.0	0.0
D	Essential oil	2.0	20.0	0.0
	Total	100.0	1,000.0	0.0

6.2) วิธีทำ

- ชั่ง Part A คลุกให้เข้ากัน
- เติมน้ำมันลงไปคลุกเข้ากัน
- เติมหีสเซอริน คลุกให้เข้ากัน
- เติมน้ำมันหอมระเหย

7. เกล็ดขัดผิวจากน้ำตาลโตนด



ภาพที่ 3.7 การทำเกล็ดขัดผิว

7.1) ส่วนผสม

ตารางที่ 3.8 ส่วนผสมเกลือขัดผิวจากน้ำตาลโตนด

Part	Ingredient	W/W		
		100 กรัม	1,000 กรัม	2,000 กรัม
A	เกลือ	69.0	690.0	0.0
	น้ำตาลโตนด	5.0	50.0	0.0
B	น้ำมัน	20.0	200.0	0.0
C	Glycerine	5.0	50.0	0.0
D	น้ำมะนาว	1.0	10.0	0.0
	Essential oil	1.0	10.0	0.0
	Total	101.0	1,000.0	0.0

7.2) วิธีทำ

- ชั่ง Part A คลุกให้เข้ากัน
- เทน้ำมันลงไปคลุกเข้ากัน
- เติมเกลือเชอริน คลุกให้เข้ากัน
- เติมน้ำมะนาวและน้ำมันหอมระเหย คลุกให้เข้ากัน

การหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม หน่วยงานภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดและที่เกี่ยวข้องจำนวน 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยมีประเด็นคำถามที่สำคัญดังนี้

- 2.1 สถิตินักท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์
- 2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร
- 2.3 การพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีการค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี และ
ประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีการพฤติกรรมการใช้บริการเชิงสุขภาพอย่างไร

2.6 นักท่องเที่ยวมีการใช้บริการ / ผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพอย่างไรบ้าง

2.7 นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินสำหรับซื้อบริการ / ผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพอย่างไร
บ้าง

2.8 กลยุทธ์ในการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคืออะไร

2.9 กลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีอะไรบ้าง

2.10 ท่านคิดอย่างไรในการพัฒนา Wellness Tourism@กัญบุรี

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการถอดเทปและวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และ
จัดกลุ่มทำ Mind map ของข้อมูล เพื่อสรุปเป็นประเด็นที่สำคัญ

4. การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลอยู่ในรูปแบบของการบรรยาย พร้อมกับอธิบาย Mind map

5. วิเคราะห์ SWOT และกลยุทธ์

การดำเนินการโดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เป็นเครื่องมือ โดยมีหลักการ ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ศักยภาพภายใน

5.1.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength แทน S) เป็นการพิจารณาปัจจัยภายใน
ว่ามีส่วนดี ความเข้มแข็ง ความสามารถ ศักยภาพ ส่วนที่ส่งเสริมความสำเร็จ ซึ่งจะพิจารณาในด้าน
ต่างๆ

5.1.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness แทน W) เป็นการพิจารณาปัจจัย
ภายในว่ามีส่วนเสีย ความอ่อนแอ ข้อจำกัด ความไม่พร้อม ซึ่งจะพิจารณาในด้านต่างๆ เช่นเดียวกับ
การวิเคราะห์จุดแข็ง

ตารางที่ 3.9 ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายใน

ประเด็นการวิเคราะห์					
จุดแข็ง	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้	จุดอ่อน	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

5.2 วิเคราะห์ศักยภาพภายนอก

5.2.1) *วิเคราะห์โอกาส (Opportunity แทน O)* เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก ว่ามีสภาพเป็นเช่นไร เหตุการณ์ของโลกและของประเทศที่เกิดขึ้นจะส่งผลต่อการพัฒนาจังหวัดอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงใดที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นโอกาสอันดีต่อจังหวัด โดยจะต้องพิจารณา ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี เป็นต้น

5.2.2) *การวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคหรือข้อจำกัด (Threat แทน T)* เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคหรือสภาวะคุกคาม ก่อให้เกิดผลเสียหรือเป็นข้อจำกัดต่อ จังหวัด โดยจะต้องพิจารณาทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี เช่นเดียวกับการวิเคราะห์โอกาส

ตารางที่ 3.10 ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายนอก

ประเด็นการวิเคราะห์					
โอกาส	น้ำหนัก คะแนน	คะแนน ที่ให้	อุปสรรค	น้ำหนัก คะแนน	คะแนนที่ ให้
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
รวม	1.00		รวม	1.00	

ตารางที่ 3.11 ตารางการวิเคราะห์แบบ Matrix

	โอกาส O	โอกาส O	
จุดแข็ง S	SO	OW	จุดอ่อน W
จุดแข็ง S	ST	WT	จุดอ่อน W
	อุปสรรค T	อุปสรรค T	

ตารางที่ 3.12 ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายในและภายนอกแบบ Matrix

มีโอกาสและจุดแข็ง	มีโอกาสดแต่มีจุดอ่อน
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
มีจุดแข็งแต่มีอุปสรรค	มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

โอกาส/จุดแข็ง หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและภายใน หรือ ปัจจัยภายนอก และภายในเป็นเชิงบวกทั้งหมด หรือภายนอกเอื้อและภายในเด่น ในกรณีนี้ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์เชิงรุก (Aggressive strategies) หรือสถานการณ์ดาวรุ่ง

จุดแข็ง/อุปสรรค หมายถึง หน่วยงานที่ปัจจัยภายในดีแต่มีปัจจัยภายนอกไม่ดีหรือปัจจัยภายในเชิงบวก แต่มีปัจจัยภายนอกเป็นเชิงลบ หรือภายในเด่นแต่ภายนอกจุด ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์การรักษาเสถียรภาพ (Stability strategies) หรือ สถานการณ์แมวหัวให้นม คือการใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของหน่วยงานให้เป็นประโยชน์

จุดอ่อน/โอกาส หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายในไม่ดีแต่มีปัจจัยภายนอกดี หรือปัจจัยภายในเป็นเชิงลบแต่ปัจจัยภายนอกเป็นเชิงบวก หรือภายในด้อยแต่ภายนอกเอื้อ ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ที่จะกำหนดขึ้นเรียกว่า ยุทธศาสตร์พลิกฟื้น (Turn around strategies) หรือ สถานการณ์ที่ยังมีคำถามหรือข้อสงสัยอยู่

อุปสรรค/จุดอ่อน หมายถึง หน่วยงานมีปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในไม่ดีหรือปัจจัย ภายนอกและภายในเป็นเชิงลบทั้งหมด หรือภายนอกจุดและภายในด้อย ในกรณีนี้ ยุทธศาสตร์ จะกำหนดขึ้นเรียกว่ายุทธศาสตร์การตัดทอน (Retrenchment strategies) หรือ สถานการณ์สุนัขจรอก

6. การจัดทำแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

- 6.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT
- 6.2 สถานการณ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์
- 6.3 กลุ่มเป้าหมาย (Target group)ทางการตลาด
- 6.4 ข้อมูลข่าวสาร (Key messages) ที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยว
- 6.5 ภาพลักษณ์ที่ต้องการ (Desired image)
- 6.6 กลยุทธ์การสื่อสาร (Strategy)ทางการตลาด
- 6.7 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ (Desired behavior)