



พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเมืองพัทยาต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

BEHAVIORS AND FACTORS AFFECTING THE DECISION-MAKING OF THAI TOURISTS IN PATTAYA IN USING HEALTH SPA SERVICE

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 30 มกราคม 2564

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 21 เมษายน 2564

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 30 เมษายน 2564

ฐมจารี ปาลอภิไตร*
Thamajaree Panapitai
ณัฐพร อัฐสุวรรณ กัง*
Nuttaporn Itsuwan Kang

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ และเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการสปาในเมืองพัทยา จำนวน 400 ตัวอย่าง ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความแปรปรวน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-37 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท โดยบริการที่เลือกใช้เป็นอันดับหนึ่งคือนวดแผนไทย เหตุผลในการเลือกใช้บริการสปาคือ เพื่อคลายเครียด ผ่อนคลาย จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือนคือ 2 ถึง 3 ครั้ง ระยะเวลาในการใช้บริการสปา 2 ถึง 3 ชั่วโมง โดยมีแหล่งรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนร่วมงานมากที่สุด รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาโดยรวมและรายด้านมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ด้านบริการ และด้านผลิตภัณฑ์และเครื่องมือ ส่วนการเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่ากลุ่มอายุที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี e-Mail: jaree2407@gmail.com



คำสำคัญ: การตัดสินใจ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, สปา, พัทยา

ABSTRACT

The quantitative research aimed to investigate behaviors and factors affecting the decision-making of Thai tourists in Pattaya in using health spa service and compare the decision with the tourists' general information. The samples were 400 Thai tourists using health spa service in Pattaya. Frequency, percentage, mean, and analysis of variance: ANOVA were used to analyze the data. It was found that the tourists answering the questions were mostly 21-37-year-old women with bachelor's degrees who earned 15,001-20,000 baht per month. Thai massage service was mostly chosen, and the main purpose of using it was for relieving stress. The tourists, who visited the spa houses 2-3 times a month, spent about 2-3 hours there. They learned about the spa houses from their colleagues and Internet. The factors affecting their decision-making in using health spa service were listed from most to least as follows: massage therapists, place and environment, expenses, service, and products and tools. It was found that different genders had .05 statistically significant effect on Thai tourists' decision in choosing the health spa service.

Keywords: decision-making, Thai tourists, spa, Pattaya.

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) ได้รับความนิยมมากขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่มีความวุ่นวายและเคร่งเครียด มีความกดดันทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ส่งผลทำให้ผู้คนเริ่มมีพฤติกรรมให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงานหรือกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยการออกกำลังกายหรือการทำกิจกรรมอื่นพร้อมกับการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ปรับตัวและสร้างจุดขายเพื่อตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการและส่งเสริมการรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมเนื่องจากสามารถทำการตลาดเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (medical tourism) โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ หรือ Medical Hub ภายในระยะ 10 ปี นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559-2568 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและเพื่อให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (มติชนออนไลน์, ออนไลน์, 2564)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีทั้งในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (health healing tourism) ที่เป็นลักษณะกิจกรรมรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การตรวจร่างกาย การผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า การผ่าตัดเสริมความงาม เป็นต้น และในรูปแบบของการส่งเสริมสุขภาพ (health promotion tourism) เช่น การอาบแร่ แช่น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด (aroma therapy) และวารีบำบัด (water therapy) เป็นต้น (ราณี อธิชัยกุล, 2557, หน้า 171) และเมื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นตามเทรนด์กระแสนิยม ซึ่งไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย ทำให้กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพมีแนวโน้มราคาสูงกว่ากิจกรรมทั่วไป โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่างประเทศที่มาไทย ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 61% ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคนไทย ใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 162% (มาร์เก็ตเธียร์ ทิม, ออนไลน์, 2560) โดยเฉพาะธุรกิจสปา ประกอบกับประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านความเชี่ยวชาญ ความเป็นเอกลักษณ์และการให้บริการที่เป็นเลิศ รวมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐบาลที่มีการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “Spa Capital of Asia” ด้วยการผลักดันการสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยสู่มาตรฐานสากล โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น จีน ไต้หวัน ฮองกง เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ทั้งนี้ จากการประมาณการโดย GWI คาดว่ามูลค่าตลาดของ Wellness Tourism ทั่วโลกจะเติบโตราว 7% ต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2563 จากมูลค่า 19 ล้านล้านบาท เป็น 27 ล้านล้านบาท (ปูลัชร ปิติไกรสร, ออนไลน์, 2561) โดยสปาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและเป็นรายได้หลักคือ สปาประเภท Hotel & Resort Spa ซึ่งมีกลุ่มตลาดหลักเป็นชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง และ Day Spa ซึ่งกลุ่มลูกค้าคนไทยได้ให้ความนิยมใช้บริการมากขึ้น ส่วนรูปแบบของการให้บริการสปาที่ได้รับความนิยมมีดังนี้ การนวดร่างกาย (body massage) อบสมุนไพร (aroma steam/herbal steam) สครับ (scrub) การห่อร่างกาย (body wrap) วารีบำบัดหรือการบำบัดด้วยน้ำ (hydro therapy) โภชนาบำบัด (nutrition therapy) การออกกำลังกายบำบัด (exercise breathing therapy) การฝึกสมาธิ (meditation) และการฝึกจิต (autogenic training) ดนตรีบำบัด (music therapy) วิธีบำบัดที่อาศัยแสง สี และคลื่นแสง (color-light-solar therapy) สมุนไพรบำบัด (herbal therapy)



(นลินวิรุฬห์ คำมูลอามาตย์, 2559) และยังมีการใช้พลังของหินหรือคริสตัลจากธรรมชาติ (crystal-rock therapy) เพื่อช่วยในการบำบัดอีกด้วย

ปี 2562 ในชลบุรีเอง ก็มีรายงานจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดแผนไทย กว่า 9,796 แห่ง ที่ผ่านการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข (กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ, ออนไลน์, 2563) โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น พัทยา ที่จัดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวหลักที่มีศักยภาพด้านความพร้อมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมแห่งหนึ่งของประเทศไทย ธุรกิจสปาที่เปิดให้บริการมีทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมทั้งรูปแบบและบริการที่แตกต่างกันกระจายอยู่ทั่วไปในพัทยาไม่ต่ำกว่า 100 แห่ง ในพื้นที่ นาเกลือ พัทยาใต้ พัทยากลาง พัทยาเหนือ และจอมเทียน โดยกลุ่มเป้าหมายมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

การมีธุรกิจสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในเมืองพัทยา ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงมาตรฐานและคุณภาพของการบริการ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะจูงใจนักท่องเที่ยวและสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ โดยควรจะตอบสนองความต้องการเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจในการใช้สปาเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา

สมมติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ การศึกษา รายได้) ต่างกัน มีการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน



ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการสนใจ และเลือกที่จะมาใช้บริการ
2. ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาที่เคยใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตพื้นที่พัทยาใต้ พัทยากลาง พัทยาเหนือ และจอมเทียน จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้สูตรการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดประชากรของ Cochran (1963) กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ บริการที่เลือกใช้ เหตุผลในการเข้าใช้บริการ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ แหล่งการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ ตอนที่ 3 การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ โดยกำหนดปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านบุคลากร ด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และเครื่องมือ และด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert scale) หาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach, 1990, p.152) ได้เท่ากับ .97

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) วิเคราะห์ความแปรปรวน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มามีเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเมืองพัทยา พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.80 มีอายุระหว่าง 21-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า



คิดเป็นร้อยละ 57.00 และมีรายได้ตั้งแต่ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.80

2. พฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่าการบริการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้ส่วนใหญ่คือ นวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาคือ นวดประคบสมุนไพร ชัดผิวกาย นวดอโรมา และวารีบำบัด ตามลำดับ เหตุผลในการเลือกใช้บริการสปาส่วนใหญ่คือ คลายเครียด ผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมาคือ บำบัดโรค บำรุงผิวพรรณและรักษาความงาม ตามลำดับ ความถี่ในการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.80 แหล่งการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการคือ เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ใบบลิวโฆษณ และวิทยุ ตามลำดับ

3. การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 1 การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	4.55	0.50	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.58	0.49	มากที่สุด
ด้านการบริการ	4.49	0.51	มากที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์	4.44	0.56	มากที่สุด
ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	4.53	0.55	มากที่สุด
รวม	4.52	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยในด้านบุคลากรมากที่สุด ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีการต้อนรับและยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง พนักงานที่ให้บริการมีใบประกาศนียบัตรรับรอง และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าและบริการ ตามลำดับ อันดับที่สองคือ ด้านสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สถานที่มีความสะอาดน่าใช้บริการ บรรยากาศในร้านให้ความรู้สึกผ่อนคลาย และสถานที่ร้านสะดวกแก่การเดินทางเข้าไปใช้บริการ ตามลำดับ อันดับที่สามคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถเลือกค่าใช้จ่ายได้ตามต้องการ และมีการแจ้งราคาชัดเจน อันดับที่สี่คือ ด้านการบริการ ได้แก่ การบริการมีคุณภาพและได้มาตรฐาน การนวดทำให้ลูกค้าเกิดความผ่อนคลาย การให้บริการรวดเร็ว และความปลอดภัยของการให้บริการ ตามลำดับ และอันดับที่ห้าคือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ได้แก่ มีอุปกรณ์และเครื่องมือ



ที่ทันสมัย รองลงมาคือ อุปกรณ์เครื่องมือถูกสุขอนามัย และมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาที่หลากหลาย ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพกับข้อมูลทั่วไป พบว่า

4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ที่มีอายุ 21-37 ปี และนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X ที่มีอายุ 38-52 ปี มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพมากกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

อภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเมืองพัทยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 21-37 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีรายได้ตั้งแต่ 15,001-20,000 บาท สอดคล้องกับ ภรภัทร วุฒิวัฒนกุล (2557) ที่ศึกษาแผนธุรกิจร้านสปาเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพอิสระ มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ย 15,001-25,000 บาท แต่แตกต่างจาก ศัชชญาส์ ดวงจันทร์ และ นริศา คำแก่น (2558) ที่ศึกษาความคาดหวังต่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม พบว่าผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีอายุมากกว่า 44 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ทั้งนี้ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกัน แต่อายุที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ต่างกัน อาจเนื่องจากนักท่องเที่ยวในช่วงอายุนี้นส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนทำงาน อาจจะมีอาการเครียดจากการทำงาน หรือมีอาการปวดเมื่อยจากการทำงานทั้งวัน จึงมีความต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด

พฤติกรรมในการใช้บริการ พบว่าการบริการที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการส่วนใหญ่คือนวดแผนไทย รองลงมาคือ นวดประคบสมุนไพร เหตุผลในการเลือกใช้บริการสปาส่วนใหญ่คือ เพื่อคลายเครียด ผ่อนคลาย ความถี่ในการเข้าใช้บริการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ 2-3 ครั้งต่อเดือน แหล่งการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการคือ เพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ



อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้อง มนัสชนก ยอดวุฒิ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโอเอซิสสปาในจังหวัดเชียงใหม่ และ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2554) ที่ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตเมือง จังหวัดชลบุรี ทั้ง 2 งานวิจัยพบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสปาส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง และสาเหตุหลักคือ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพให้ความสำคัญกับด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และสิ่งแวดล้อม ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ด้านบริการ และด้านผลิตภัณฑ์และเครื่องมือตามลำดับ โดยแบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการคือ การที่พนักงานพูดจาสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีการต้อนรับและยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง แต่ยังให้ความสำคัญกับเอกสารรับรองการเป็นผู้ให้บริการนวด และต้องการพนักงานที่สามารถให้ข้อมูลในตัวสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2554) ที่ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่าปัจจัยทุกด้านมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปาอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับ ศศิธันว์ เอกรัตน์ (2559) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจสปาในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการหรือเทอราปิส โดยการอบรมให้มีความชำนาญในศาสตร์ของการนวดและให้เข้าใจถึงหลักของการบริการ และควรเน้นในเรื่องของการบริการที่ดี พนักงานมีมารยาท ความเอาใจใส่ดูแลของพนักงานที่แสดงออกกับลูกค้า ความสามารถ และมีมาตรฐานในการนวด โดยผู้นวดจะต้องผ่านมาตรฐานและได้รับการรับรอง มีเอกสารแสดงเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวผู้ให้บริการ

2. ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับความสะอาดและบรรยากาศของร้านที่พร้อมให้บริการ รวมทั้งที่ตั้งที่สะดวกในการค้นหาและเข้ามาใช้บริการ สอดคล้องกับ จารีย์ พรหมณะ และคณะ (2562) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับห้องบริการสปาที่สะอาดเป็นอันดับแรก และควรมีกลิ่นหอมควรตกแต่งร้านให้ดูสะอาดและโล่งตา รวมทั้งให้บรรยากาศที่ผ่อนคลายด้วยเสียงและกลิ่นของน้ำมันหอมอ่อน ๆ และสอดคล้องกับ สุธีราภรณ์ อันติมานนท์ (2553) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภูเก็ตพารณนาราสปา จังหวัดภูเก็ต พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการของภูเก็ตพารณนาราสปา จังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับมากคือ ด้านสถานที่ ท่าเลที่ตั้งของสปาที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง สามารถเดินทางไปมาได้อย่างสะดวก



อยู่ในแหล่งชุมชน และมีบรรยากาศผ่อนคลาย

3. ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการต้องมีความเหมาะสม รองลงมาคือ สามารถเลือกค่าใช้จ่ายได้ตามต้องการ โดยมีการแจ้งราคาชัดเจน หรือจัดทำเป็นเล่มเมนูให้ลูกค้าได้เลือกและกำหนดราคาด้วยตัวเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ฌารีญา วีระกิจ และพิชญานุภรณ์ ภูมิอินันท์ (2563) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวจีน พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคาดหวังสูงในด้านคุณภาพของการให้บริการกับราคาที่เหมาะสมทั้งนี้เนื่องจากค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งหรือผลิตภัณฑ์และบริการที่มีให้เลือกมีราคาไม่แพงมาก และค่าใช้จ่ายที่เสียไปก็คุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ

4. ด้านบริการ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน การนวดทำให้ลูกค้าเกิดความผ่อนคลาย การให้บริการรวดเร็ว และความปลอดภัยของการให้บริการ ตามลำดับ แตกต่างกับ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2554) ที่ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่าด้านกระบวนการในการให้บริการเน้นในเรื่องความปลอดภัยในงานบริการและได้มาตรฐานเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การบริการที่มีความแปลกใหม่ การบริการที่มีคุณภาพและรวดเร็ว ตามลำดับ ทั้งนี้หากนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ความรู้สึกที่ดีจากการได้รับบริการที่ได้มาตรฐาน จะนำมาซึ่งทัศนคติทางบวกและการบอกต่อให้คนรู้จักได้เข้ามาใช้บริการ

5. ด้านผลิตภัณฑ์และเครื่องมือ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย รองลงมาคือ อุปกรณ์เครื่องมือถูกสุขอนามัย และมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาที่หลากหลาย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ ฌารีญา วีระกิจ และพิชญานุภรณ์ ภูมิอินันท์ (2563) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวจีน พบว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการได้รับบริการที่มีความแปลกใหม่ มีเครื่องมือที่ทันสมัย และผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพควรคำนึงถึงทักษะในการสื่อสารภาษาที่สองของพนักงานผู้ให้บริการ และทักษะงานบริการ อาจจะเพิ่มการอบรมให้บุคลากรมีจิตสำนึกในการบริการ เล็งเห็นความสำคัญของหัวใจบริการ เรียนรู้วิธีปฏิบัติตัวในการทำงาน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในสปา เพื่อการบริการที่ดีขึ้น เพราะพนักงานคือภาพลักษณ์ขององค์กร



2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการจากการบอกต่อของเพื่อนร่วมงานหรือผู้ที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งสถานประกอบการอาจใช้เพจของร้านในการนำเสนอร้าน โดยต้องอัปเดตหน้าเว็บไซต์หรือหน้าเพจให้สม่ำเสมอ รวมทั้งอาจมีการเพิ่มภาพบรรยากาศภายในร้าน Package หรือ Promotion ตามเทศกาล หรือวันสำคัญ เพื่อเป็นการใช้ช่องทางออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากที่สุด

บรรณานุกรม

- กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ. (2563). **ระบบสารสนเทศ รายงานจำนวนสถานประกอบการในพื้นที่** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://spa.hss.moph.go.th/?s_data=prov_name [2563, 28 ธันวาคม].
- จารีย์ พรหมณะ และคณะ. (2562). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารช่อพะยอม**, 30(2), หน้า 119-130.
- ณารัตนา วีระกิจ และพิชญ์ภรณ์ ภูมิอนันต์. (2563). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวจีน. **วารสารวิเทศศึกษา**, 10(1), หน้า 29-52.
- นลินวิรุฬห์ คำมูลอามาตย์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการสปาในเมืองพัทยา**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปุลวัชร ปิติไกรสร. (2561). **Hotel spa โอกาสรอดทางธุรกิจแบบ win-win** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.scbeic.com/th/detail/product/4383> [2563, 28 ธันวาคม].
- ภรภัทร วุฒิวัฒนกุล. (2557). **แผนธุรกิจร้านสปาเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มติชนออนไลน์. (2562). **อนุทิน โชว์บริการความเป็นเลิศ 6 การแพทย์-นวดไทย หุ่นท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กระตุ้นเศรษฐกิจ** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_1847196 [2563, 28 ธันวาคม].
- มนัสชนก ยอดวุฒิ. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโอเอซิสสปาในจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- มาร์เก็ตเธียร์ ทีม (Marketeer Team). (2560). *Wellness tourism โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยว* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://marketeeronline.co/archives/21776> [2563, 29 ธันวาคม].
- ราณี อีสัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศศิธรณ์ เอกรัตน์. (2559). *ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจสปาในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศัชฌา ศววจันท์ และนริศ คำแก่น. (2558). ความคาดหวังต่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม. *วารสารวิจัย มสธ. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(3), หน้า 27-46.
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2554). *การบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุธีราภรณ์ อันติมานนท์. (2553). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภูเก็ตพารณาราสปา จังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Cochran, William G. (1963). *Sampling techniques*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York, NY: Harper Collins.