

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา
บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปริญญานิพนธ์
ของ
วรลักษณ์ เขียวมีส่วน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการ
การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
พฤษภาคม 2550

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา
บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปริญญานิพนธ์
ของ
วรลักษณ์ เขียวมีส่วน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการ

การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ทรรศนียา ศักดิ์ดี ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ และอาจารย์ดร.พรรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านมาให้คำปรึกษา และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ รวมทั้งให้แนวคิด และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความห่วงใย ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการทำวิจัย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุภาพร สุขสีเหลือง ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์จินดา เกาพิจิตร และ ดร.อรอนงค์ พริ้งสุลกะ กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำ อาจารย์ ดร.มนัส บุญประกอบ ผศ.ระวีพร สามารถ และ ผศ.ไอยเรศ ลิบลับ ที่กรุณาช่วยตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ดร. พยอมน ธรรมบุตร ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่ข้าพเจ้า รวมทั้งข้อคิดต่างๆ มุมมองใหม่ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในอนาคต ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งอย่างหาที่สุดมิได้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา คุณน้าเป่า ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าในยามท้อแท้ ให้มีพลังในการทำวิจัยจนประสบความสำเร็จในวันนี้

ขอขอบคุณทุกความช่วยเหลือที่ได้รับจาก คุณประภาภรณ์ แสนภักดี และคุณอรยา อินทรีวงศ์ คุณศรีประไพ วัฒนะรัตน์

ขอกราบขอบพระคุณ รวมทั้งขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติธรรมและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

วรลักษณ์ เขียวมีส่วน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐาน.....	10
2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	11
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	15
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	18
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปาและประเภทของสปา.....	21
ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	28
สภาพพื้นที่ เมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	31
แหล่งท่องเที่ยวบริเวณอำเภอหัวหิน.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	46
การสำรวจพื้นที่วิจัย.....	46
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	46
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
สถานประกอบการสปาพร้อมรายละเอียดราคาการทำสปาในแต่ละ	54
รายการ.....	
ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	62
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้	
บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน	
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	65
ความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดิน	
ทางมาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน	
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	71
การทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล	
ส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน	
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	76
การทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล	
กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	
ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน	
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	93
ปัญหาและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้	
บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน	
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	101
ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเสนอเป็น	
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านสปา.....	103
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	106
สรุปผลการวิจัย.....	109
อภิปรายผล.....	114
ข้อเสนอแนะ.....	121

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	121
บรรณานุกรม.....	123
ภาคผนวก.....	130
ภาคผนวก ก. หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	131
ภาคผนวก ข. รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม.....	135
ภาคผนวก ค. หนังสือขออนุญาตเพื่อการวิจัย.....	137
ภาคผนวก ง. แบบสอบถาม.....	144
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	155

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การเปรียบเทียบราคาการทำสปาแต่ละรายการระหว่างสถานประกอบการ สปาในกทม. กับสถานประกอบการสปาที่หัวหิน.....	27
2 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้จริง.....	48
3 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา.....	55
4 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา.....	56
5 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่อีสตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา.....	58
6 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่รอยัลไทยสปา.....	59
7 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่บ้านขวัญกมลมาซาจแอนด์สปา.....	60
8 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่ยอมนาสปา.....	62
9 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
10 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	63
11 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเชื้อชาติ.....	63
12 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพ.....	64
13 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	64
14 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปา.....	65
15 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน.....	66
16 ค่าร้อยละจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	67
17 ค่าร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	68
18 ค่าร้อยละของบริการสปาที่ใช้บริการมากที่สุด.....	69
19 ค่าร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทาง มาท่องเที่ยวในตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.....	70
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	71
21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจด้านราคา ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	73
23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ ในการใช้ บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	74
24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	75
25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน.....	76
26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน.....	77
27 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	78
28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	78
29 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบริการสปาที่ใช้บริการ.....	79
30 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน.....	79
31 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการมาใช้บริการสปาต่อเดือน.....	80
32 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	80
33 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	81
34 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการสปามาใช้บริการ.....	81
35 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน..	82
36 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน.....	83
37 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	83
38 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	84
39 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับบริการสปามาใช้บริการ.....	85
40 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน.....	85
41 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน.....	86
42 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	87
43 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	88
44 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการสปาที่ใช้บริการ.....	89

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน.....	89
46 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน.....	90
47 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	91
48 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	92
49 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการสปาที่ใช้บริการ.....	93
50 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจใน การใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	94
51 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	94
52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านผลิตภัณฑ์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	95
53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในสถานที่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	95
54 ความสัมพันธ์ระหว่างสัญชาติกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	96

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
55	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	97
56	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้าน 4P ในด้านราคา และด้านสถานที่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	98
57	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	98
58	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	99
59	ผลการสรุปการทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา.....	100
60	ผลการสรุปการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการขาย (4P).....	101
61	ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านสปา.....	103

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แผนที่ขอบเขตของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แบ่งตามอำเภอ.....	5
2 แผนที่ประเทศไทยในส่วนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พร้อมบอกสถานที่ ท่องเที่ยวโดยรอบ.....	6
3 แผนที่แสดงสถานประกอบการสปาทำการศึกษา บริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	7
4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
5 ตราประจำจังหวัด.....	31
6 รูปต้นเกิด ต้นไม้ประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	32
7 พื้นที่โดยรอบของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	34
8 ข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ ตั้งอยู่บริเวณตัวเมืองหัวหิน.....	35
9 ร้านขายเครื่องตี๋มค็อกเทลในตลาดโต้รุ่งหัวหิน.....	35
10 ร้านขายกางเกงขาสั้นบริเวณตลาดนัดไร่ไชย.....	36
11 ร้านขายสร้อยคอ กำไล ของที่ระลึกบริเวณตลาดนัดไร่ไชย.....	36
12 บริเวณชายหาดสถานีรถไฟหัวหิน.....	37
13 ชายหาดหัวหิน.....	38
14 กิจกรรมบริเวณชายหาดหัวหิน (Kiteboarding).....	38
15 กิจกรรมการขี่ม้าตามชายหาดหัวหิน.....	38
16 พระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว บริเวณเขาดินเหล็กไฟ.....	39
17 น้ำตกป่าละอู.....	39
18 เขาตะเกียบ เขาไกลสาร.....	40
19 เขาเต่า.....	41
20 อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา.....	54
21 บรรยากาศภายในสถานประกอบการสปาที่ อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา.....	54
22 หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา.....	55
23 สถานประกอบการสปาที่ หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา.....	56
24 ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา.....	57
25 บรรยากาศในห้องทำทรีทเมนต์ที่ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา.....	57
26 รอยัลไทยสปา.....	59
27 บรรยากาศภายในบ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา.....	60

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
28 ร้านอมัณนา สปา.....	61
29 การทำสปาในร้านอมัณนา สปา.....	61
30 แผนภูมิวงกลมแสดงจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน.....	65
31 แผนภูมิวงกลมแสดงความถี่ในการใช้บริการสปา.....	66
32 แผนภูมิวงกลมแสดงวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา.....	67
33 แผนภูมิวงกลมแสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง.....	68
34 แผนภูมิวงกลมแสดงบริการสปาที่มาใช้บริการ.....	69
35 แผนภูมิวงกลมแสดงสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอหัวหิน ที่นักท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยว.....	70
36 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจ 4P ในการใช้บริการสปา ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย.....	71
37 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้าน ผลิตภัณฑ์.....	72
38 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านราคา.....	73
39 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านสถานที่.....	74
40 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านการ ส่งเสริมการตลาด.....	75

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา
บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

บทคัดย่อ
ของ
วรลักษณ์ เขียวมีส่วน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการ
การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
พฤษภาคม 2550

วรลักษณ์ เขียวมีส่วน. (2550). การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.
ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์ทรงศนียา ตักดีดี, ดร.พรณี บุญประกอบ.

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่ง
ท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูล
พื้นฐานในด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมถึงศึกษาแนว
ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ถือสัญชาติของประเทศในแถบยุโรปและ
สหรัฐอเมริกา เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานราชการ พนักงาน
บริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 10,000 ดอลลาร์
สหรัฐอเมริกา จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มนี้ ปรากฏว่า
จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินก็เพื่อการท่องเที่ยวและการพักผ่อน ในด้านการใช้
บริการสปาพบว่ามีความถี่ในการใช้น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในการใช้ต่อครั้งไม่
เกิน 30 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา สำหรับเหตุผลหลักในการใช้บริการก็เพื่อการคลายเครียด บริการ
ที่ใช้คือการนวดแผนไทย ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในอำเภอหัวหินนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือก
ไปท่องเที่ยวที่ชายหาดหัวหิน การศึกษาด้านความพึงพอใจในการใช้บริการสปาต่างๆ ซึ่ง
ประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการขาย (4P) พบว่านักท่องเที่ยวมี
ความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับมากทั้งโดยรวมทุกด้านและในแต่ละด้าน

การศึกษาเรื่องนี้ ทำให้รู้ถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา
กล่าวคือ พฤติกรรมการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ชอบบริการที่เน้น
เอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น การตกแต่งสถานประกอบการแบบสถาปัตยกรรมไทย และการใช้
สมุนไพรไทยประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สปา แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้การบริการมี
ราคาที่ไม่แพงจนเกินไปและผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพที่ดี

A Feasibility Study of Tourism Development on Health Spa: A Tourism area
of Hua Hin Sub-district, Hua Hin District, Prachuap Khiri-Khan Province

AN ABSTRACT
BY
VORALAK KEWMESUAN

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Science Degree In Ecotourism Planning and Management
at Srinakharinwirot University

May 2007

Voralak Kewmesuan. (2007) *A Feasibility Study of Tourism Development on Health Spa: A Tourism area of Hua Hin Sub-district, Hua Hin District, Prachuap Khiri-Khan Province*. Master thesis, M.Sc. (Ecotourism Planning and Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University.
Advisor Committee : Assoc.Prof. Dhasaneeya Sakdee,
Dr.Panee Boonprakrop.

A Feasibility Study of Tourism Development on Health Spa : A Tourism area of Hua Hin Sub-district, Hua Hin District, Prachuap Khiri-Khan Province has a goal of studying the behavior and the satisfaction of foreign tourists about Health Spa's services in this area.

The study found that the majority of tourists were European and American , male, age below 40 years (valid available at Health Spa's service). Their occupations were government officials, employees of private companies, entrepreneurs who have averaged monthly income of more than 10,000 US dollars. The main purposes of visiting Hua Hin of those who used Health Spa's service were touring and relaxing. The purpose of using Health Spa's service were for stress reducing. The frequency of using spa were less than two times a month. Their expenses on Health Spa's services were not more than 30 US dollars. Among the varieties of Health Spa services, most of foreign tourists used Thai Massage service. On the aspects of tourist attraction in Hua Hin District, the majority tourists chose Hua Hin beach. The study of satisfaction upon Health Spa services on the aspects of product, price, place and promotion (4P) found that tourists gave high scores of satisfaction on those aspects both in terms of total and individual.

This study makes you aware about Feasibilities of Tourism Development on Health Spa, that is, Health Spa service behavior which is the majority of tourists likes Thai Style uniquely services, for instance, the decoration of spa premises in Thai architectural style, use of Thai herbs to make Spa services. Nevertheless, the majority of tourist wants the services having not too much expensive price and the products must contain a good quality.

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกประเทศทั่วโลก โดยในแต่ละแห่งต่างมีระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ สถานที่พักแรม ภัตตาคารร้านอาหาร สินค้าของที่ระลึก สถานประกอบการสปา สถานบันเทิง และระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยเข้ามาเป็นสะพานเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ประสงค์ ผลจากการให้บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถประเมินได้ว่าได้รับความประทับใจหรือพึงพอใจมากน้อยเพียงใด การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศล้วนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยว และนำมาสู่รายได้ของประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น

ประเทศไทยนับเป็นประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประเทศหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวจากชาติต่างๆ ทั่วโลกนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถานและโบราณวัตถุ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ประกอบกับอรรถาศัยไมตรีจิตของคนไทย เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมากมาย ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ โดยพบว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมเดินทางในระยะไกลมากขึ้น เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่แตกต่างไปจากตน รวมทั้งในปัจจุบันการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่และสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและเป็นที่นิยมมาก คือ “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” สาเหตุที่ได้รับความนิยมเนื่องจากการดำรงชีวิตที่เคร่งเครียดในสังคมเมือง อีกทั้งกระแสความนิยมสปาที่ได้รับความนิยมทั่วโลก อาจเรียกได้ว่า “สปาฟีเวอร์” ก็ว่าได้ ในปัจจุบันมีสปานับพันแห่งในประเทศไทย แม้แต่รัฐบาลเองก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสถานที่และเวลาในการพักผ่อนที่ให้ความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ ประกอบกับการรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของคนไทยเป็นที่น่าสนใจของตลาดโลก คือ เป็นธุรกิจที่ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาใช้บริการสปาในประเทศไทย ธุรกิจสปาจัดเป็นธุรกิจบริการหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งในแถบกรุงเทพมหานคร หัวหิน พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต ตลอดจนจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ

การเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนับเป็นการพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญยิ่งของชีวิตผู้คนในยุคปัจจุบัน ซึ่งจำเป็นต้องเร่งรีบ และแข่งขัน จนทำให้ทุกคนต้องตกอยู่ในภาวะเครียด กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังแพร่หลายนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นกระแสตื่นตัวไปทั่วโลก โดยเฉพาะในเขตเมืองหลวง และเขตเมืองใหญ่ๆ จึงมีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแบบสปปาเกิดขึ้นอย่างมากมาย เพื่อตอบสนองความนิยมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบบใหม่มากขึ้น เช่น การนวดแผนโบราณ สปา การฝึกโยคะ เป็นต้น โดยเฉพาะธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูง สามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้จากธุรกิจนวดแผนไทย เสริมความงาม และผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยที่ใช้ในการบำบัดตามหลักของสปาด้วย (กมลธรรณ์ พรหมพิทักษ์; และ คณะ. 2548: 2)

จากเหตุผลดังกล่าวกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจึงเป็นตลาดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ อีกทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี นอกจากนี้ยังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่จะได้นำผลการศึกษาไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงเพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ของผู้ใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อศึกษาถึงการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสปากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาและความพึงพอใจในการใช้บริการสปา
5. เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการสปาและความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการ โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำไป

ข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในการวางแผนกำหนดนโยบาย เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลาย ตลอดจนเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับหน่วยงาน ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการบริการ การ บริหารจัดการ และพัฒนาศักยภาพของธุรกิจสปาและแหล่งท่องเที่ยวบริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัว หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่าง เหมาะสม และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาใช้บริการสปาหรือท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อีกในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาข้อมูล เอกสารทางด้านวิชาการ หลักฐานต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย รวมถึง แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แผนและนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งวารสาร จุลสาร บทความ รายงานประจำปี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตทางด้านประชากร

การวิจัยเรื่องนี้ ประชากรที่ศึกษามีจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้ใช้บริการสปาในสถานประกอบการสปาที่มีบริการอยู่ในโรงแรม 3 แห่ง ได้แก่ อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา และฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา

2.2 ผู้ใช้บริการสปาที่ในสถานประกอบการสปาที่อยู่บริเวณถนนนเรศวร (ถนน ด้านหน้าโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์สปา) 3 แห่ง ได้แก่ รอยัลไทยสปา บ้านขวัญกมลมา ชาจแอนด์สปา และอมานาสปา

3. ขอบเขตด้านสถานที่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาศถานประกอบการสปาในพื้นที่อำเภอ หัวหิน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 บริเวณ ได้แก่

3.1 สถานประกอบการสปาที่อยู่ในโรงแรม และได้ทำการแจ้งกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตหัวหิน จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา และฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา

3.2 สถานประกอบการสปาบริเวณถนนนเรศวร (ถนนด้านหน้าโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์สปา) จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ รอยัลไทยสปา บ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา อมานาสปา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยเรื่องนี้ ได้แบ่งระยะเวลาของการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 เดือน มีนาคม – เดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 เป็นการวางแผนศึกษา ค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ระยะที่ 2 เดือนมกราคม พ.ศ. 2550 เป็นการออกไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถาม

กับผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจสปา ปัญหาที่ประสบจริง สาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหา

5. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

5.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสปา ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน

5.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

5.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5.2.2 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา โดยใช้หลักส่วน

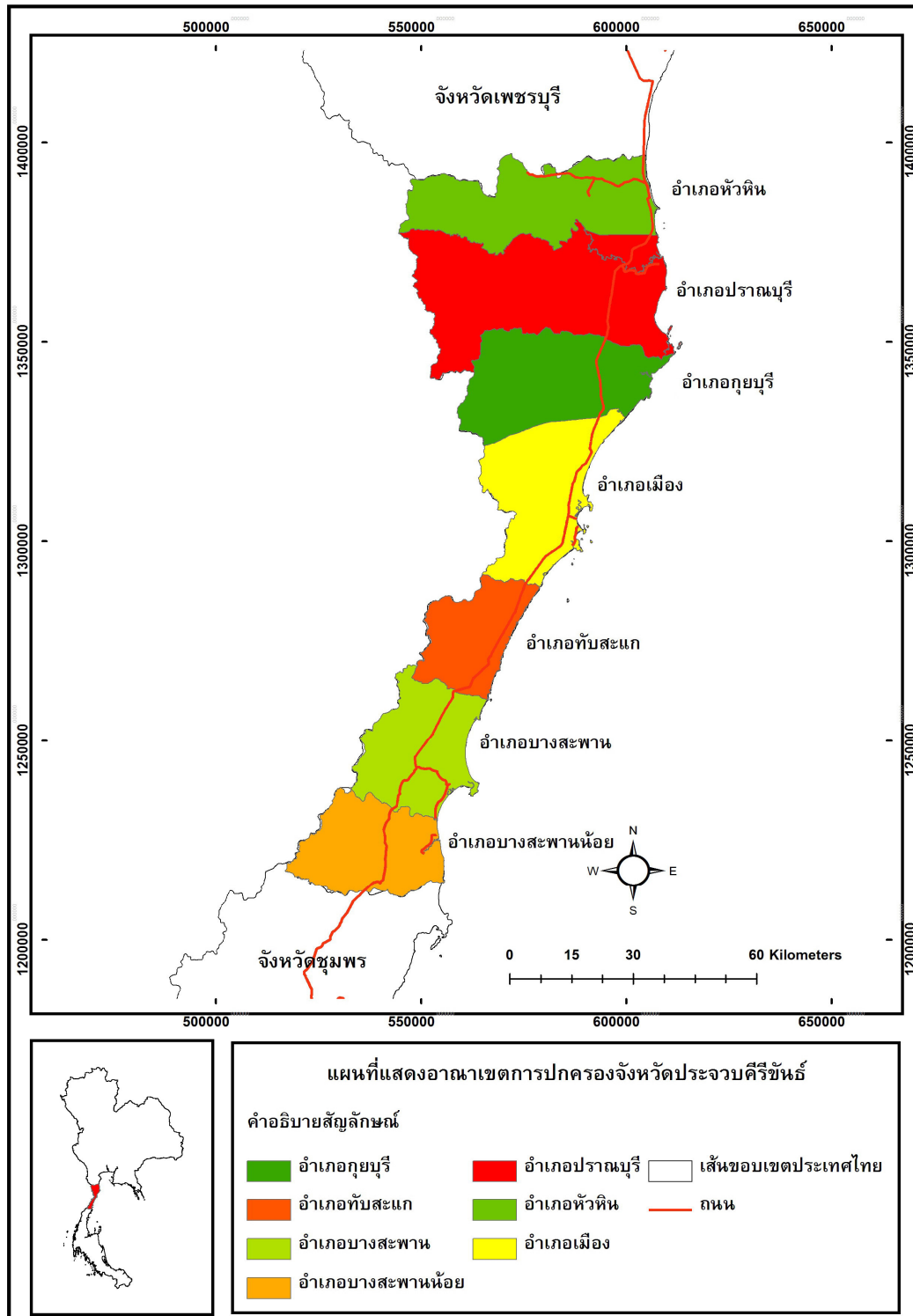
ประสมทางการตลาด (4P)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสปาชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประมาณเดือนละ 1,560 คน (จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของสถานประกอบการสปาจำนวน 6 ร้านในระยะเวลา 30 วัน)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสปาชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 320 คน ซึ่งได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมดและให้มีความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 : 74)

พื้นที่ทำการศึกษา



ภาพประกอบ 1 แผนที่ขอบเขตของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แบ่งตามอำเภอ

ที่มา : At Thailand Map. (2005).(ออนไลน์).



ภาพประกอบ 2 : แผนที่ประเทศไทยในส่วนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พร้อมบอกสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบ
ที่มา : All Resort Thailand. (2546). (ออนไลน์).



ภาพประกอบ 3 : แผนที่แสดงสถานประกอบการสปาทำการศึกษา บริเวณตำบลหัวหิน
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ที่มา : ดัดแปลงมาจากคู่มือการท่องเที่ยวประจวบคีรีขันธ์ (2542). (ออนไลน์).

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **สปา** หมายถึง บริการที่สถานประกอบการจัดขึ้น ประกอบด้วยกิจกรรมซึ่งให้ดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยมีบริการหลักที่จัดไว้ ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีการบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

2. **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา** หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้สินค้าและบริการทางด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา** หมายถึง การปรับปรุงหรือการเปลี่ยนแปลงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้ดีขึ้น

4. **พฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา** หมายถึง จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปา และบริการสปาที่ผู้ใช้บริการสปาที่ใช้บริการมากที่สุด

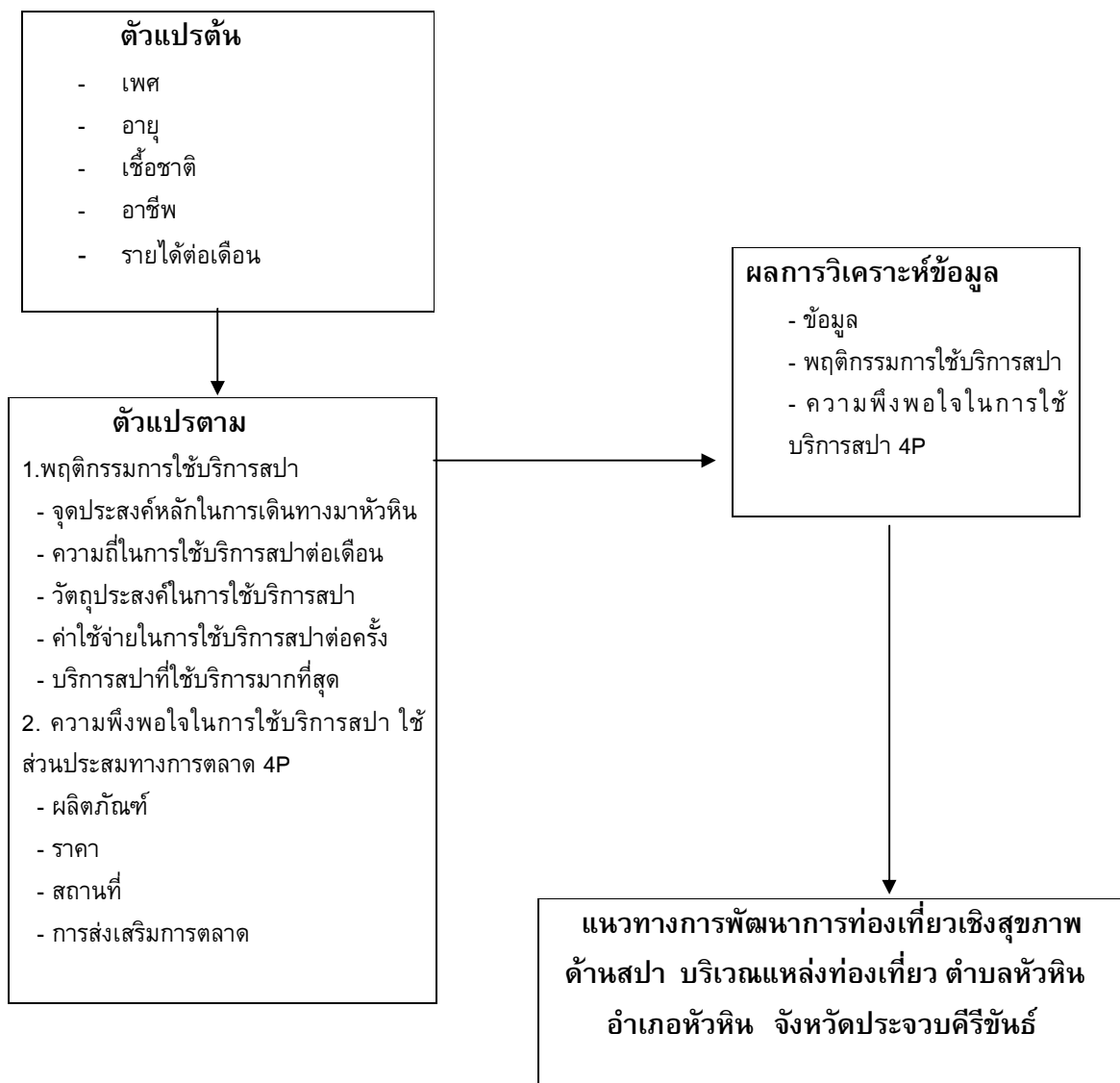
5. **สถานประกอบการสปา** หมายถึง สถานที่ให้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

6. **ผู้ใช้บริการสปา** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

7. **ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา** หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ โดยแบ่งเป็นความพึงพอใจ 4P ในด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าทางทฤษฎีและแนวคิด รวมทั้งการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการสปาที่มี เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการสปาที่มี เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปาและประเภทของสปา
5. การเปรียบเทียบราคาการทำสปา ระหว่างสถานประกอบการสปาในกทม. กับสถานประกอบการสปาที่หัวหิน
6. ทฤษฎีความพึงพอใจ
7. สภาพพื้นที่ เมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
8. แหล่งท่องเที่ยวบริเวณอำเภอหัวหิน
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

จริญญา เจริญสุขใส และสุวัฒน์ จุฑากรณ์. (2544:72) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง (นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน) ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

พอนด์ (Pond, 1993:35) กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการและอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสนุกสนานในการเดินทาง

แมคอินทอช และ โกลเนอร์ (Mcintosh; Goeldner. 1995: 20) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและการบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งมีที่เกี่ยวข้องในด้านกิจกรรมหรือกระบวนการที่จะดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยการต้อนรับผู้มาเยือนด้วยความอบอุ่นและเปี่ยมไมตรีจิต

องค์การการท่องเที่ยวโลก WTO หรือ World Tourism Organization (1997: 15) ยังกำหนดความหมายการท่องเที่ยวซึ่งเป็นเงื่อนไขสากล ไว้ว่า การเดินทางใดๆ ก็ตามต้องอยู่อย่างชั่วคราวและการเดินทางนั้นต้องเดินทางด้วยความสมัครใจอีกทั้งต้องไม่ไปประกอบอาชีพ ณ จุดหมายปลายทางที่เดินทางไป

อีกทั้งองค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้อง 3 ประการ (ปรีชา แดงโรจน์. 2544:31) คือ

1. ต้องมีการเดินทาง
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

แหล่งท่องเที่ยวยังสามารถแบ่งตามลักษณะเด่นของความน่าสนใจและกิจกรรมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวออกเป็นหมวดหมู่ได้ 4 ประเภท ดังที่ ศรัณยู วรากุลวิทย์ (2546 : 10) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural attractions) ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์หรือสิ่งก่อสร้างที่เก่าแก่ พิพิธภัณฑ์ วัฒนธรรมรูปแบบใหม่ๆ สถาบันทางการศึกษาหรือการเมือง ตลอดจนประเพณีทางศาสนาต่างๆ

2. แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Tradition attractions) ได้แก่ เทศกาลประจำชาติ ศิลปะ หัตถกรรม ดนตรี นิยายพื้นบ้าน ชีวิตและประเพณีดั้งเดิมของชนพื้นเมืองต่างๆ

3. แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ (Scenic attractions) ได้แก่ ภูมิประเทศ สถานที่สวยงามตามธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติ ชีวิตสัตว์ป่า ดอกไม้ และสวนไม้ประดับที่แปลกๆ ชายทะเล และแหล่งท่องเที่ยวบนภูเขาต่างๆ

4. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว (Other attractions) เช่น สถานที่พักผ่อนสุขภาพประเภทต่างๆ สถานที่อาบน้ำแร่ บ่อน้ำร้อน ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งไม่ปรากฏที่อื่น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539 : 20) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อย เช่น สภาพทางกายภาพ และระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่องค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3

เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หรือ เพื่อทัศนศึกษา โดยแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญดังนี้

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และ แหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในการบริการแหล่งท่องเที่ยว

2. บริการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยว จัดเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของการท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รับรองให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะจัดเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ

3. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปทาน ซึ่งมีความปรารถนาในการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อ กิจกรรมอื่นๆ จะเน้นที่นักท่องเที่ยว ซึ่งในกระบวนการจัดการหมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

นอกจากนี้ วรรณ วลัยวนิช (2539: 19-23) ยังได้กล่าวถึงปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากกระตุ้นให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นผลดีแก่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายประการ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วยลักษณะของนักท่องเที่ยว การกระจายของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2. สินค้าท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือเป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการหลายประเภทที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อรรถาธิบายไมตรีและสาธารณูปโภค สินค้าเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวซื้อ (ไปเที่ยว) และเกิดความประทับใจ (attraction) เพราะเป็นสิ่งที่มีความแตกต่างๆ เช่น คุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้นๆ มีทิวทัศน์หรือทัศนียภาพสวยงามเหมาะสมเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และความประทับใจจากสภาพฟ้าอากาศ

3. การคมนาคมขนส่ง เพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ เช่น รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การ

คมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก รูปแบบ หรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ ข้อมูลข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น หนังสือแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่ เอกสารแนะนำ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา การส่งเสริม การให้ความรู้ใหม่ๆ การอบรมการนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

5. ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในด้านการเข้าเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศ โดยให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ดังนี้

5.1 ระเบียบวิธีการเข้าออกเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร

5.2 การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร

5.3 บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน สถานีขนส่ง

5.4 การอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

6. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ได้แก่

6.1 การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดีไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการ รวมทั้งความปลอดภัย

6.2 การประปา สะอาดถูกหลักอนามัย และปริมาณเพียงพอแก่การบริการ

6.3 การสื่อสาร โทรศัพท์ โทรศัพท โทรเลข สะดวก รวดเร็ว และปริมาณของหน่วยบริการเพียงพอ

6.4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล

6.5 สถานพยาบาล และโรงพยาบาล ที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และคำรักษาพยาบาลอยู่ในอัตราที่ยุติธรรม

7. องค์ประกอบสนับสนุนอื่นๆ เป็นองค์ประกอบที่เพิ่มความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวเช่นการเงินการธนาคาร ระเบียบต่างๆ สถานศึกษา แหล่งค้นคว้าด้านต่างๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนความสุภาพอ่อนโยนและมีไมตรีจิตต่อกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสรุปว่า การท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน ความบันเทิง

ศึกษาหาความรู้ สุขภาพ เยี่ยมญาติ ติดต่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา และเมืองประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด (ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2545: 95) และยังหมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นปัจจุบัน โดยการป้องกันและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง

นอกจากความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Principles of sustainable tourism) ดังกล่าวแล้วนั้น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเมืองประกอบดังนี้ (เกิดศิริ เจริญวิลาส; และ อำพร วิริยโกศล. 2542: 30-31; อ้างอิงจาก คณะกรรมการการท่องเที่ยวและการกีฬาคณะรัฐมนตรี. 2541)

1) การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using resource sustainably) ควรคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางสังคม และทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญ และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจระยะยาว

2) ลดการบริโภคที่มากเกินไปและความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing overconsumption and waste) ทำให้มีทรัพยากรเหลือเก็บไว้ใช้ได้ยาวนานขึ้น และเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย หรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลาย

3) การรักษาและการส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintaining diversity) สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และยังช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อีกด้วย

4) การประสานการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบการวางแผนพัฒนา (Integrating tourism into planning) ทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น รวมทั้งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวในระยะยาว

5) การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting local economics) โดยการสนับสนุนการซื้อสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนในท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนอยู่ในท้องถิ่นนั้น

6) การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น (Involving local communities) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นจะทำให้เกิดคุณภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และเป็นการลดความขัดแย้งของประชาชนในท้องถิ่นด้วย

7) การปรึกษากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและประชาชนในท้องถิ่น (Consulting stakeholders and the public) ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งของประชาชนในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8) การฝึกอบรมบุคลากร (Training staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อบุคลากรในท้องถิ่นทุกระดับ ซึ่งจะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยวได้

9) การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบ (Marketing tourism responsibility) การตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็ต้องทำการตลาดให้ลูกค้าทราบถึงจริยธรรมของบริษัท ความรับผิดชอบต่อสังคม การตลาดนี้ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวให้เกิดกับนักท่องเที่ยวด้วยการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

10) การดำเนินการวิจัย (Undertaking research) เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการช่วยแก้ไข ปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นโดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างฉลาด และสามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติทางระบบนิเวศรวมถึงวัฒนธรรมไว้นานที่สุด และมีองค์ประกอบ ดังนี้ การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ลดการบริโภคที่เกิดความจำเป็นและการลดของเสีย การรักษาและการส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ การประสานการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบการวางแผนพัฒนา การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น การปรึกษากับผู้มีส่วนได้เสียและประชาชนในท้องถิ่น การฝึกอบรมบุคลากร การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบและการดำเนินการวิจัย

2.2 การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: 1) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ กล่าวคือ การดำเนินงานที่จะให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รักษาทรัพยากรให้คงไว้ซึ่งความดึงดูดใจ และพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ การพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาบริการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยว อีกทั้งยังได้กำหนดกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น มีความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
2. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล
3. การกำหนดปัญหา
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและกลยุทธ์
5. การกำหนดแผนงานและโครงการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจนสามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ต้องเริ่มต้นจากชุมชนท้องถิ่น ภายใต้มิติต่างๆ ดังที่ พงนา สงวนศรี (2546: 20) สรุปไว้ดังนี้

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมนี้ควรก่อให้เกิดการเรียนรู้ และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งจำกัดให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด
2. มิติด้านการเมือง กิจกรรมนี้ควรเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับล่าง โดยการสร้างกระบวนการวางแผน และการตัดสินใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน
3. มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม กิจกรรมนี้ควรสร้างสรรค์การแลกเปลี่ยน (เมืองชนบท) เพื่อเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งการรู้เท่าทันต่อวัฒนธรรมแบบเมืองที่เติบโตอย่างไร้รากฐาน
4. มิติด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมนี้ควรนำไปสู่การกระจายรายได้และผลกำไรที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้เกิดกับชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นประชาชนในพื้นที่จะเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาและควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง โดยไม่เกิดความขัดแย้งกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ รูปแบบของการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง หมายถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่างๆ เพื่อประโยชน์ของคนรุ่นปัจจุบัน จะต้องไม่ใช่ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง แต่ควรเป็นการใช้ทรัพยากรในเชิงอนุรักษ์และพัฒนาให้เต็มศักยภาพอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องพิจารณาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และความยั่งยืนของระบบนิเวศไปพร้อมๆ กัน

สำหรับประเทศไทย ได้มีนักวิชาการหลายท่านพยายามอธิบายความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ที่สำคัญคือ แนวคิดของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต 2543: 68) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืนมีลักษณะที่เป็นบูรณาการ (Integrated) คือทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่งคือ มีดุลยภาพ (Balance) หรือพูดอีกนัยหนึ่งคือ การทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ” นั่นก็

คือ การกำหนดแนวทางการพัฒนาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านมนุษย์ โดยให้คุณค่าทางวัฒนธรรมรวมอยู่ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมรวมถึงการแก้ปัญหาของสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้นตามแนวคิดของพระธรรมปิฎก จึงสามารถสรุปได้ว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่ครอบคลุมการพัฒนาในทุกด้านและทุกมิติ กล่าวคือ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จิตใจ วัฒนธรรม ฯลฯ โดยมีคนเป็นศูนย์กลางหรือเป้าหมายของการพัฒนา เพื่อให้คนกินดีอยู่ดี และมีความสุข ทุกคนในรุ่นนี้และรุ่นต่อไป” (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2546:4)

นอกจากนี้จากการรวบรวมความคิดเห็นของนักวิชาการชาวต่างประเทศหลายท่านพบว่าได้ให้ความหมายของคำว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน ไว้ดังนี้

บาร์เบียร์ (Barbier, 1987:104) กล่าวว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวความคิดการพัฒนาที่สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายของระบบ 3 ระบบด้วยกัน คือ ระบบทางชีววิทยาระบบเศรษฐกิจ และระบบสังคม โดยที่แต่ละระบบสามารถพัฒนาไปสู่เป้าหมายของตนได้

เพียซ และคณะ (Pearce; et al. 1990: 659) กล่าวว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นระดับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ไม่ทำลายคุณภาพของสิ่งแวดล้อมหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในระดับที่สูงที่สุด ภายใต้ข้อจำกัดที่ต้องมีการรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

ฮาร์ดี้ และ เทอเรนซ์ (Hardi & Terrence, 1997: 8) กล่าวว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแนวความคิดที่มีความจำเป็นสำหรับการอยู่รอดของมนุษยชาติ รวมทั้งการบำรุงรักษา การพัฒนา ปรับปรุง ทั้งด้านมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสถานะที่ดี ทั้งนี้การพัฒนาทั้งด้านมนุษย์และสิ่งแวดล้อมย่อมมีผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สามารถสรุปได้ว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง การดำเนินงานที่จะให้การท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรักษาทรัพยากรให้คงไว้ซึ่งความดึงดูดใจ และพัฒนาให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อีกทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวจนสามารถนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ต้องเริ่มต้นจากชุมชนท้องถิ่น ภายใต้มิติต่างๆ ดังนี้ มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านการเมือง มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนมิติด้านเศรษฐกิจ

3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545: ก) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่าหมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจโดยแบ่งเวลา

จากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษา ฟันฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงเป็นการจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สมดุล และภายหลังการท่องเที่ยวก็สามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

นิรันดร์ ทัพไชย (2547: 78) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในช่วงศตวรรษที่ 16 และศตวรรษที่ 17 ในระยะแรกการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ น้ำแร่ บ่อน้ำร้อน การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหลบหนีอากาศที่หนาวเย็นในช่วงฤดูหนาวมายังพื้นที่ที่อบอุ่นกว่า อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระยะปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดโรคภัยไข้เจ็บหรือเพื่อฟันฟูสุขภาพ

จุลสารการท่องเที่ยว (2546: 29) ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือการบำบัดรักษา ฟันฟูสุขภาพเช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงเป็นการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติเพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและเสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สมดุล และภายหลังการท่องเที่ยวก็สามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

นิรมล บันทอง (2549: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในปัจจุบัน โดยแบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ได้ 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health healing) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟันฟูสุขภาพต่างๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งการทำฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล
2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพ อันประกอบด้วยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การพักในโรงแรม รีสอร์ท หรือ

ศูนย์สุขภาพ ซึ่งมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่นั้นๆ จัดขึ้น อาทิ การนวดแผนไทย การอบสมุนไพรไทย กิจกรรมบริการสวดมนต์ การบริการอาบน้ำแร่ เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือกิจกรรมรักษาฟื้นฟู เช่น การผ่าตัดแปลงเพศ การล้างสารพิษ การตรวจสุขภาพ การฟอกสีฟัน การนวดแผนไทย การประคบสมุนไพร เป็นต้น

3.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามคุณประโยชน์หลักที่ลูกค้าต้องการ มีดังนี้ (ปิติตา ตันติเวชกุล, 2546:29)

1. บริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax oriented services) เช่น นวดบำบัด วารีบำบัด (Water therapy) สูดกลิ่นบำบัด (Aroma therapy) และการบำบัดด้วยเสียง
2. บริการที่บำรุงรักษาสุขภาพ (Wellness oriented services) เช่น การตรวจสุขภาพ นวดบำบัด วารีบำบัด สูดกลิ่นบำบัด การบำบัดด้วยอาหาร การบำบัดด้วยเสียง การบำบัดทางจิตใจ และการบำบัดทางการแพทย์อื่นๆ
3. บริการที่บำรุงรักษาเพื่อเสริมความงาม (Beauty oriented services) เช่น การดูแลรักษาหน้า การบำบัดร่างกาย และการเสริมสวย

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (2546:12-13) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำแนกตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของรายการกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท สรุปได้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม หรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธีตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด และวารีบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีตัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสตร์ การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health heading tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยว

ไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟัน และรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงส่วนประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า “นิยมจัดเดินทางไปพักแรมต่างจังหวัดในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ โดยจัดแบ่งเวลาเป็นช่วงๆ ให้มีกิจกรรมที่ส่งผลสอดคล้องต่อการพัฒนาคุณภาพร่างกายและจิตใจ เช่น แบ่งเวลาเดินชมธรรมชาติ ตรวจสุขภาพ เรียนรู้วิธีการบริหารร่างกายตามแนวปรัชญาและภูมิปัญญาตะวันออก (โยคะ ไทจีชี่กง นวดแผนโบราณ) ล้างของเสีย คือ การล้างพิษจากร่างกายด้วยวิธีต่างๆ เช่น โดยการสวนทวาร บำบัดด้วยน้ำร้อนน้ำเย็น นวดประคบสมุนไพรเพื่อให้โลหิตในร่างกายหมุนเวียนดีขึ้น บริการอาหารและเครื่องดื่มดำรับที่ย่อยง่ายตามแบบโภชนาการที่เรียกกันว่า ชิวจิต เรียนรู้วิธีการทำสมาธิ เพื่อให้จิตใจสงบเยือกเย็น ตัวอย่างเช่น รายการที่ศูนย์สุขภาพโรงพยาบาลมิชชั่น เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545: ก)

วรารุช ศิลปะอาษา (2546: 2) ได้กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการรับบริการได้ 2 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. การบริการเพื่อการป้องกัน เช่น บริการสปา
2. การบริการเพื่อการแก้ไข เช่น บริการการรักษาพยาบาล

จากการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมี 2 ประเภท ดังนี้ (1) บริการสุขภาพด้านการแพทย์ เช่น บริการรักษาพยาบาล บริการทันตกรรม และบริการตรวจสุขภาพ (2) บริการส่งเสริมสุขภาพ เช่น บริการนวดแผนไทย สปา เป็นต้น

4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปาและประเภทของสปา

4.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา

คำว่า “สปา” (Spa) เป็นชื่อเมืองเล็กๆ ในเขตวอลลูน (Walloon) ในประเทศเบลเยียม ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 17 ชื่อเมืองสปานั้นที่มีมาจากภาษาละติน คือ คำว่า “espa” แปลว่า น้ำพุ และคำว่า “sparsa” (spargere แปลว่า ทำให้เกิดฟอง) ปลายสมัยของยุคกลาง เมืองสปาเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นและเริ่มดึงดูดความสนใจของผู้คนให้มาเยือนเมืองนี้ เพื่อมาใช้น้ำร้อนในการบำบัดรักษาโรคและเพื่อสุขภาพจนได้รับการยกย่องว่าเป็น “Cafe of Europe” และในปัจจุบันเมืองสปาก็ยังคงแสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ที่มีมาแต่ครั้งอดีตกาลให้ชาวโลกประจักษ์ สิ่งพิเศษในเมืองนี้ คือ มีบ่อน้ำแร่ บ่อนกาสโน ซึ่งคนมีระดับ นายทหารและผู้ดีชั้นสูงเท่านั้นที่สามารถไปใช้บริการได้ การเดินทางไปพักผ่อนในเมืองนี้ จะเรียกว่า ไปสปริงสปา ความหมายคือไปแช่น้ำพุร้อน ต่อมาชาวอเมริกาได้เข้าไปใช้บริการแล้วเล็งเห็นว่า เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม จึง

เสาะหาศาสตร์และการบริการหลากหลาย จากที่ต่างๆ มารวมกันก่อตั้งเป็นธุรกิจสปาในอเมริกา โดยเน้นความหรูหรา โอ่อ่าตามความรู้สึกของคนอเมริกัน ส่วนประเทศในแถบยุโรปจะเน้นความเรียบง่าย บางครั้งเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้ที่ทำงานด้านสปาด้วยกันเอง ผู้ที่เป็นสมาชิกต้องปฏิบัติตามมาตรฐานขององค์กร ซึ่งตั้งอยู่ในยุโรป นอกจากประวัติความเป็นมาของ SPA ที่มาจากชื่อเมือง Spa ในประเทศเบลเยียมแล้ว คำว่า สปา ยังเป็นอักษรของศัพท์ภาษาละติน คือ Salus per aqua หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (Health through water) คือ การดูแลสุขภาพสุขภาพโดยใช้น้ำบำบัด ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำแร่แช่น้ำร้อน การอบตัว และอบผิวด้วยไอน้ำ หัวใจหลักของสปา หลังจากเข้ารับบริการแล้ว ก่อให้เกิด “4R” คือ

1. R ที่หนึ่ง คือ Relax ต้องสามารถลดความเครียดได้ทั้งร่างกายและจิตใจ รู้สึกปลดปล่อย

2. R ที่สอง คือ Reflect สถานที่ต้องทำให้หลุดอยู่ในภวังค์ตัดออกจากโลกภายนอกตัดความเร่งร้อนในชีวิตไป ย้อนไปถึงสิ่งแวดล้อมที่มีความสุข

3. R ที่สาม คือ Revitalize สามารถเติมพลังให้ชีวิตชีวากับความเป็นจริง ตรงกับหลักพุทธศาสนาที่ว่า “จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว”

4. R ที่สี่ คือ Rejoice ได้ความสดชื่นเบิกบาน และรับรู้ถึงประสาทสัมผัส คือ รูป-สถานที่ที่ไป กลิ่น-กลิ่นดอกไม้หอม หรือสุนทรียภาพ เสียง-ดนตรีไพเราะ สำนึก-การพูดจา การบริการจากบุคลากรสัมผัส (สุธีรัตน์ เจริญศักดิ์. 2548: 16)

นอกจากนี้สปายังมีหลักการอื่นๆ ประกอบไปด้วยหลักการของประสาทสัมผัสทั้ง 5 มีดังนี้ (อรรณพ ภาชีรักษ์. 2547: 43; อ้างอิงจากโครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. 2547)

1. รูป มมองประกอบที่สำคัญคือการตกแต่ง บรรยากาศของสถานที่ และอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการจัดตกแต่งภายในที่มีความละเอียดอ่อนและพิถีพิถัน บางที่ก็อาจจะหรูหรามาก บางที่ก็จะอิงกับธรรมชาติและความสะดวกเข้าด้วยกัน โดยการสร้างบรรยากาศให้รู้สึกผ่อนคลาย อาจเพิ่มความสดชื่นสดใสด้วยสีเขียวของใบไม้หรือสีสนสวยๆ ของดอกไม้ เติมความอบอุ่นด้วยแสงเทียนตามมุมต่างๆ ซึ่งล้วนแสดงถึงความสบายใจและความสงบที่กำลังจะเกิดขึ้น ลองจินตนาการดูว่าหากเราได้เข้าไปในสถานที่ที่มีการตกแต่งอย่างเรียบร้อย สะอาด สวยงามมีพนักงานต้อนรับที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ก็จะทำให้รู้สึกผ่อนคลายได้อย่างมาก

2. รส เช่น การรับประทานอาหารแบบสปาเมนู ซึ่งนับว่าเป็นการบำบัดร่างกายวิธีหนึ่ง เช่น การรับประทานอาหารผัก ผลไม้ หรือแม้แต่การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรอุ่นๆ เช่น น้ำขิง หรือชาเขียว เป็นต้น เครื่องดื่มเหล่านี้มีคุณสมบัติขับสารพิษที่ตกค้างภายในร่างกายได้

3. กลิ่นหอม เมื่อมีสีสนสวยๆ ของดอกไม้และแสงตามมุมต่างๆ แล้วก็ต้องมีกลิ่นหอมตามหลักการของอโรมาเทอราปี (Aromatherapy) ด้วย ซึ่งเป็นศาสตร์และศิลป์ในการใช้น้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติในการบำบัดหรือบรรเทาอาการของโรค โดยอาศัยคุณสมบัติที่มีกลิ่น

หอมและได้โมเลกุลระเหยไต่ของน้ำมันหอมระเหย จึงสามารถถูกดูดซึมเข้าทางจมูก หรือแทรกซึมผ่านผิวหนังไปยังส่วนต่างๆ ของร่างกายและสมอง รวมถึงจิตใจ มีผลทำให้การทำงานของระบบอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย และอารมณ์สมดุล จึงสามารถบำบัดอาการต่างๆ ได้

4. เสียง การเปิดเสียงเพลงเบาๆ แบบที่ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ไม่ว่าจะเป็นเสียงจากธรรมชาติ เช่น คลื่นลมทะเล เสียงลมพัดกิ่งไม้ ใบไม้ เสียงสายน้ำไหล หรือเป็นเสียงเพลงบรรเลง เสียงพิณ เป็นต้น

5. สัมผัส การนวด (massage) เป็นวิธีบำบัดโดยใช้สัมผัส ให้ความใส่ใจต่อองค์ประกอบของความเป็นมนุษย์แบบองค์รวม คือทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ เป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ เสริมพลังกาย พลังใจ ช่วยปรับปรุงระบบไหลเวียนโลหิต กล้ามเนื้อ ระบบประสาท ช่วยร่างกายสลายอาหาร กำจัดของเสีย บรรเทาอาการปวดหลัง ปวดคอ ผ่อนคลายอาการเกร็งของกล้ามเนื้อในนักกีฬา นักเต้นรำ หรือในผู้ที่ทำงานหนัก

จากการศึกษาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปา สรุปว่า คำว่า สปา หมายถึง การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ คือ การดูแลสุขภาพโดยใช้น้ำบำบัด ไม่ว่าจะเป็นการอาบน้ำแร่แช่น้ำร้อน และอบผิวด้วยไอน้ำ และประกอบไปด้วยหลักการของประสาทสัมผัสทั้ง 5 มีดังนี้ รูป รส กลิ่นหอม เสียง และสัมผัสการนวด

4.2 ประเภทของสปา

รูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสปาในปัจจุบันซึ่งได้มีการผสมผสานความล้ำเลิศของแนวคิดเดิมด้านสปาเข้ากับการแนะนำการบำบัดแนวใหม่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในธุรกิจประเภทนี้ ตลอดจนความหลากหลายในการให้บริการดังที่ The International Spa Association (ISPA) ได้แบ่งรูปแบบการให้บริการด้านสปาเป็น 7 ประเภท คือ (กมลธรณ์ พรหมพิทักษ์; และคณะ. 2548: 13-14)

1. **คลับสปา (Club spa)** เป็นสถานบริการที่ให้บริการสปารวมกับฟิตเนส และให้บริการแบบเข้าไป – เย็นกลับ โดยไม่มีการค้างคืนพักรแรม

2. **ครูซชิพสปา (Cruise ship spa)** เป็นการบริการสปาที่มีการให้บริการบนเรือท่องเที่ยว หรือเรือสำราญ มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นฟิตเนส การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ และให้บริการด้านอาหารสุขภาพด้วย

3. **เดย์สปา (Day spa)** มีรูปแบบคล้ายคลึงกับคลับสปา แต่จะให้บริการเฉพาะกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพแบบสปาเพียงอย่างเดียว

4. **เดสทินั้นสปา (Destination spa)** เป็นสถานบริการสปาที่อยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ให้บริการสปาในระดับมืออาชีพ รวมถึงฟิตเนส กิจกรรมส่งเสริมความรู้

ด้านสุขภาพ ตลอดจนการให้บริการสถานที่พักผ่อน นอกจากนี้การให้บริการด้านอาหารสุขภาพก็รวมอยู่ในสถานบริการสปาเหล่านี้ด้วยเช่นกัน

5. เมดิคอลสปา (Medical spa) เป็นสถานบริการสปาอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของการแพทย์ทางเลือก นอกจากกิจกรรมจะเน้นการผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจแล้วเมดิคอลสปายังมีวิธีการฟื้นฟูร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรงดูอ่อนเยาว์และช่วยในการบำบัดรักษาโรคด้วย

6. มินิเรล สปริง สปา (Mineral spring spa) เป็นสถานบริการสปาแบบดั้งเดิมที่ให้บริการอยู่ในหรืออยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีบ่อน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน

7. รีสอร์ท โฮเทล สปา (Resort/hotel spa) เป็นสถานบริการสปาที่โรงแรมหรือสถานที่พักตากอากาศเปิดให้บริการภายในบริเวณสถานที่ของตนเพื่อรองรับลูกค้าที่เข้าพักและบุคคลภายนอก การให้บริการมีอยู่ด้วยกันหลายอย่าง อาทิเช่น การให้บริการสปา ฟิตเนส และการให้บริการด้านอาหารสุขภาพ เป็นต้น

นภลัย อารีสรณ์ (ธุรกิจสปาไทย: ใต้เงาฟ้าปัจจุบัน. 2548: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของสปาในประเทศไทยเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. เดย์ สปา เป็นสปาที่ไม่มีห้องพัก เปิดให้บริการเป็นสถานที่เดี่ยวๆ แยกจากรีสอร์ท กระจายอยู่ทั่วไปตามอาคารในสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นสปานขนาดเล็กโดยมุ่งกลุ่มลูกค้าระดับกลางที่เป็นคนทำงาน หรือผู้พักอาศัย โดยอาศัยช่องว่างของธุรกิจสปาระดับบนตามโรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีอัตราค่าบริการสูง เปิดให้บริการเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าระดับปานกลาง โดยคิดอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่า โปรแกรมที่จัดให้บริการจะไม่ใช้ระยะเวลานานเท่าสปาระดับหรู มีการให้บริการครอบคลุมทั้งในด้านสุขภาพและการเสริมความงามเน้นเรื่องความงาม

2. โฮเทลและรีสอร์ท สปา (Hotel and resort spa) เป็นสปาที่เปิดให้บริการในโรงแรมและรีสอร์ท เน้นสถานที่พักผ่อน และการนวด เป็นประเภทที่มีการขยายตัวมากที่สุดลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว

3. เดสติเนชัน สปา เป็นสปาแบบมีจุดมุ่งหมายเฉพาะเพื่อการพักผ่อน มีสถานที่แยกออกมาอยู่ต่างหากเพื่อให้บริการดูแลในด้านสุขภาพอย่างครบวงจรผู้ที่เข้าไปใช้บริการไม่ใช่เข้าไปพักแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องร่วมกิจกรรมด้านสุขภาพด้วย ซึ่งในประเทศไทยมีเพียงแห่งเดียว คือ ชิวาตรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. เมดิคอล สปา เป็นสปาที่นำหลักการแพทย์รวมทั้งเครื่องมือแพทย์บางอย่างเข้ามาช่วยบำบัด มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญให้บริการสุขภาพและการรักษาแบบครบวงจร เช่น การรักษาด้วยสมุนไพร การฝังเข็ม

ประเภทของรูปแบบการบริการสปาที่ปรากฏในปัจจุบัน มีดังนี้ (ชนิดา บุญประเสริฐ. 2547: 29-31 ; อ้างอิงจาก โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. 2547)

1. วิธีการบำบัดด้วยน้ำ

การนำวิธีบำบัดด้วยน้ำ ให้ผลดีกับตัวเองมากมายหลายประการ อาทิ ช่วยให้พลังงานมากขึ้นขจัดความเฉื่อยชา ช่วยให้ระบบไหลเวียนของเลือดดีขึ้น ผิวพรรณเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล กล้ามเนื้อและจิตใจได้รับการผ่อนคลาย ช่วยให้นอนหลับสนิท นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาระบบต่างๆ โดยรวมของร่างกายให้ดีขึ้นสามารถทำงานตามหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญ ผลที่ได้รับจากการบำบัดด้วยน้ำหรือสปา ยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อสุขภาพ รวมถึงประสิทธิภาพในด้านกระตุ้นการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน พัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของหัวใจ การบรรเทาอาการและความเจ็บปวด ขจัดความอึดอัด ขจัดภาวะความเมื่อยล้า รวมถึงการเสริมความงาม การนำน้ำไปใช้ในการบำบัดรักษามีหลายวิธี แต่ละวิธีให้ผลที่ต่างกันไป ดังนี้

1.1 การกดด้วยความร้อน

1.2 การประคบ ได้แก่ การเอาผ้าชุบน้ำร้อนพohมาตๆ ทำเป็นลูกประคบ

1.3 การอาบน้ำธรรมชาติในอ่าง จะช่วยบรรเทาอาการเครียด บรรเทาความเจ็บปวด

1.4 การใช้ผ้าชุบน้ำเติมฝืน เพื่อการผ่อนคลายและลดสารพิษ

1.5 การสูดดมไอน้ำร้อน เพื่อบรรเทาปัญหาในระบบทางเดินหายใจ อาการคันในโพรงจมูก เนื่องมาจากอาการไซนัส

1.6 การใช้ถุงน้ำเย็น จะช่วยบรรเทาอาการอักเสบ บรรเทาความเจ็บปวด

1.7 การแช่น้ำ นั่งในอ่างสลับกัน หรือแช่เฉพาะที่ เพื่อกระตุ้นระบบไหลเวียนของเลือด เพื่อปรับปรุงพัฒนาของระบบการทำงานของอวัยวะต่างๆ การแช่น้ำในลักษณะต่างๆนั้น ในวงการแพทย์พิสูจน์แล้วรับรองดังต่อไปนี้ว่า สามารถบรรเทาอาการวิตกกังวลและความรู้สึกเครียดทั่วไปที่ได้รับ เนื่องจากความกดดันและยากที่จะผ่อนคลายได้ ซึ่งอาการเหล่านี้ การอาบน้ำในอ่างมีฤทธิ์เป็นกลาง (น้ำธรรมชาติ) หรือใช้ผ้าชุบน้ำเย็นเติมฝืนจะช่วยได้อย่างมาก การใช้น้ำบางวิธีสามารถลดความไวของปมประสาทที่รายงานความเจ็บปวดลงได้

2. วิธีการบำบัดด้วยการนวด

การนวดมีหลายวิธี ตั้งแต่นวตหน้า นวดตัว นวดกดจุดที่มือและเท้า ซึ่งพื้นฐานโดยทั่วไป คือ การลูบวน การเคลื่นคลึง การสับและการสั่นมือ การสัมผัสด้วยการนวดช่วยในการผ่อนคลาย ช่วยระบบหมุนเวียนของเหลวในร่างกาย โดยสปาแต่ละแห่งจะมีบริการหรือโปรแกรมต่างๆ ให้เลือกหลายรูปแบบ คือ

2.1 นวดแบบแผนโบราณ โดยใช้วิธีการกดนิ้วมือ นิ้วหัวแม่มือ ดันแขน ข้อศอก และเท้า การยืดกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกายให้เหยียดออก และการตัดตัวในลักษณะที่เหมือนท่าโยคะ โดยใช้การเคลื่อนไหวในลักษณะที่โคลงไปมา เป็นส่วนหนึ่งของการนวดหรือรักษาอาการปวดด้วยการนวด

2.2 นวดด้วยน้ำมันหอมระเหย ด้วยการใช้ น้ำมันหอมระเหย ที่สกัดจากพืชสมุนไพร มีกลิ่นหอมและมีคุณสมบัติทางยา โดยสกัดสารที่ได้จากสมุนไพรต่างๆ ที่เป็นการสกัดด้วยไอน้ำหรือการบีบคั้นจากส่วนต่างๆของพืช เช่น กิ่งก้าน ใบ ดอก เปลือกเมล็ด ราก ยาง ในการใช้แต่ละอย่างขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น น้ำมันมะกอก มะพร้าว ทานตะวัน เป็นต้น ซึ่งการนวดจะใช้น้ำมันหอมระเหยผสมให้ทั่วตัว น้ำมันหอมระเหยจะดูดซึมผ่านผิวหนังถ่ายเทพลังงานให้ร่างกายและจิตใจเกิดปฏิกิริยาสัมพันธ์ ระหว่างร่างกายและจิตใจ ถ่ายทอดสู่สมองส่วนที่ควบคุมอารมณ์ ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยอ่อนล้าของกล้ามเนื้อ ขจัดสารพิษในร่างกาย ลดไขมันส่วนเกิน ลดความตึงเครียดและความกลัว ช่วยให้จิตใจสงบ นอกจากวิธีการนวดแล้วสรรพคุณในการรักษายังมีวิธีการสูดดม การอาบน้ำ การประคบ เตาน้ำมันหอม บำรุงผิวและบำรุงเส้นผม สเปรย์ฉีดตัวและปรับอากาศ

2.3 นวดแบบสวีดิช หรือ สวีเดน เป็นการนวดแบบคลาสสิกแนวยุโรปดั้งเดิม สวีตส์ การนวดที่หนักหน่วง ใช้น้ำมันในการนวดแรงเน้นที่แผ่นหลังเป็นพิเศษ เพื่อการเพิ่มพลังงาน สร้างความแข็งแรงทำให้ระบบในการหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น ผ่อนคลายและสบายใจ

2.4 นวดแบบบาหลี่ หรือนวดอินโดนีเซีย คือการนวดแบบคลาสสิกในการนวดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองแบบจำเพาะในระบบประสาท ก่อให้เกิดความผ่อนคลาย เทคนิคของการนวดมี 4 ลักษณะ คือ การลูบ การเสียดสี การบีบนวด และการทำให้เกิดความสั่นสะเทือน สองอย่างแรกจะทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ส่วนสองส่วนหลัง เป็นการกระตุ้นประโยชน์ของการนวดชนิดนี้จะช่วยระงับอาการปวด เช่น ปวดศีรษะ ความดันโลหิตสูง ข้อต่อทำงานไม่เป็นปกติ และปวดเส้นประสาท ผู้ที่ทำการบำบัดจะรู้สึกไม่เจ็บปวด

2.5 นวดแบบกดจุด คือการนำเอาแนวธรรมดามาประสมประสานกับการฝังเข็ม ด้วยการใช้นิ้วกดลงไปตามจุดต่างๆ ที่ใช้เป็นจุดฝังเข็ม เป็นการกระตุ้นอวัยวะต่อมและระบบต่างๆ ของร่างกายบางส่วนให้คืนสู่สมดุลได้ บรรเทาอาการตึงของกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการปวดหลัง ปวดศีรษะแบบไมเกรน และนอนไม่หลับ

2.6 นวดฝ่าเท้าและฝ่ามือ ซึ่งมีความเชื่อกันว่าฝ่ามือและฝ่าเท้าของมนุษย์นั้น มีจุดหรือบริเวณที่เราสามารถกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองต่ออวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายเกือบทุกส่วน และเพื่อสะท้อนการทำงานของร่างกายกลับสู่ความสมดุล ระบบต่างๆ ในร่างกายสดชื่น ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอได้เร็ว และป้องกันโรคบางอย่าง เช่น อาการท้องผูก ปวดหัว ปวดหลัง ปวดคอ ระบบย่อยที่เป็นปัญหา ปัญหาฮอร์โมน ระบบหัวใจและไต

จากการศึกษาประเภทของสปาสรุปได้ว่า แบ่งรูปแบบการให้บริการด้านสปาเป็น 7 ประเภท ดังนี้ คลับสปา ครูซชิพสปา เดย์สปา เดสติเนชั่นสปา เมดิคอลสปา มินิเรอลสปริง สปา รีสอร์ทไฮเต็ลสปา ส่วนประเภทของสปาที่มีบริการในประเทศไทยแบ่งเป็น 4 ประเภท ใหญ่ๆ คือ เดย์สปา ไฮเต็ลและรีสอร์ทสปา เดสติเนชั่นสปา เมดิคอลสปา และประเภทของรูปแบบการบริการสปาที่ปรากฏในปัจจุบัน มี 2 รูปแบบ คือ วิธีการบำบัดด้วยน้ำ และ วิธีการบำบัดด้วยการนวด

5. การเปรียบเทียบราคาการทำสปาแต่ละรายการ ระหว่างสถานประกอบการสปาใน กรุงเทพฯ กับสถานประกอบการสปาที่หัวหิน

ในเรื่องของราคาการให้บริการสปา มีความแตกต่างกันอยู่บ้างระหว่างสถานประกอบการสปาในกรุงเทพฯ และสถานประกอบการสปาที่หัวหิน ดังแสดงในตารางดังนี้

ตาราง 1 การเปรียบเทียบราคาการทำสปาแต่ละรายการระหว่างสถานประกอบการสปาในกทม. กับสถานประกอบการสปาที่หัวหิน

โปรแกรมการทำสปา	ระยะเวลา (นาที)	ราคา ณ สถาน ประกอบการสปา กทม. (บาท)	ราคา ณ สถาน ประกอบการสปา หัว หิน (บาท)
การนวดไทย	60 - 90	600 – 1,350	400 – 500
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	60 - 90	600 – 1,500	600 – 1,200
การนวดกดจุด	60 – 90	300 - 600	300 - 500
การนวดฝ่าเท้า	60 - 90	300 - 750	200 - 400
การทำทรีทเมนต์	60	600 – 1,000	800 – 1,200
การขัดผิว	60	600 – 1,300	400 – 1,200
แว็กซ์รักแร้	-	300 - 800	400 - 600
แว็กซ์บิกินี่	-	350 – 1,000	500 - 800
แว็กซ์หน้าแข้ง		600 – 1,200	600 – 1,000
การอบไอน้ำด้วยสมุนไพร	60 - 90	300 - 700	500 – 800
อาบน้ำแร่	-	300 - 500	500 – 1,000
แช่น้ำนม	-	400 – 1,000	500 – 1,000
พอกผิว	-	500 – 1,200	500 – 1,000
การทำเล็บมือ /เล็บเท้า	-	200 - 500	300 - 800
ทำผม	-	100 – 1,000	200 – 1,500

6. ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ปราคกรม วุฒิพงศ์ (2540: 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นตัวชี้วัดการบริการที่มีคุณภาพ เป็นการวัดความรู้สึกของผู้ใช้บริการ และจำเป็นต้องมีการศึกษาอย่างมีระบบ เพื่อปรับปรุงระบบบริการและสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่ประทับใจ แต่ความพึงพอใจอีกประการหนึ่ง คือคุณภาพการรักษาที่จำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้ดีขึ้นและให้มีประสิทธิภาพ

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2549: 18) กล่าวว่า ทักษะคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทักษะคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ย่อมมีความแตกต่างกันไป

ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของบุคคลนั้น มีทฤษฎีที่กล่าวถึงความพึงพอใจที่สำคัญ 2 ทฤษฎี คือ (อารี เพชรผุด. 2530: 25)

1. ทฤษฎีของเฮิร์ทซ์ เบิร์ก (Frederick Herzberg Theory, 1959) สาระสำคัญของทฤษฎีนี้คือ

1.1 ความต้องการของคนที่หลีกเลี่ยงความไม่สบายต่างๆ และความเจ็บปวด (Animalistic Needs) สิ่งเหล่านี้เรียกว่า Hygiene factors

1.2 ความต้องการที่จะเจริญเติบโตและพัฒนาทางด้านจิต ความต้องการนี้จะสัมพันธ์กับสาระของงาน เช่น ความสามารถ สิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการที่เรียกว่า Motivators และ เมื่อเกิดขึ้นย่อมทำให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ

2. ทฤษฎีความแตกต่าง (Discrepancy Theory) มีสาระสำคัญดังนี้

2.1 ทักษะคติอย่างเดียวไม่ใช่ตัวกำหนดความพึงพอใจ

2.2 ความพึงพอใจเกิดจากความแตกต่างกันระหว่างความคาดหวัง (Expectation) กับรางวัล (Rewards) เช่น ถ้าบุคคลได้สิ่งตามที่เขาคาดหวังก็ย่อมเกิดความพึงพอใจระดับความพึงพอใจจึงขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับความคาดหวังของเขา

ระดับความพึงพอใจของบุคคลดังกล่าว จะแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้ (อุตมศักดิ์ แนวจิตร. 2544: 14)

1. ถ้าสิ่งที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังของบุคคลจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ
2. ถ้าสิ่งที่ได้รับเท่ากับความคาดหวังของบุคคลจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ
3. ถ้าสิ่งที่ได้รับมากกว่าความคาดหวังของบุคคลจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจอย่างมาก

หรือยินดี

นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคล ซึ่งความรู้สึกของบุคคลแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ดังนี้ (เสาวนีย์ กันทะแสน. 2545: 13)

1. ความรู้สึกทางบวก คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้จะ เป็นความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้เรื่อยๆ จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้ก็มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ
2. ความรู้สึกทางลบ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความทุกข์ ความสิ้นหวัง ความเศร้า ความทุกข์นี้จัดเป็นความรู้สึกทางลบ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่าง สลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพอใจ โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ ความพอใจสามารถแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกทางบวกแบบต่างๆ ได้ และความรู้สึกทางบวกนี้ ยังเป็นตัวช่วยให้เกิดความพอใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ คือ (วารินทร์ สิ้นสูงสุด; และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด. 2546: 20)

1. Service quality หมายถึง คุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความแน่นอน การเอาใจใส่ ระบุลักษณะ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. Product quality หมายถึง คุณภาพของสินค้า
3. Price หมายถึง ราคาค่าบริการ
4. Situation factors หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก
5. Personal factors หมายถึง ปัจจัยทางด้านบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้า มีอยู่ 4 ปัจจัย ดังนี้

1. Word of mouth communications เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังในคุณภาพบริการ เพราะบริการเป็นสิ่งที่จับต้องยาก ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากไม่สามารถทดลองบริการก่อนได้ ลูกค้าจึงต้องหาข้อมูลด้วยการสอบถามเอาจากเพื่อนหรือญาติที่เคยใช้บริการนั้นๆ มาก่อน

2. Personal needs and preferences เป็นความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านการสังคม การศึกษา ครอบครัว ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นต้น
3. Past experience เป็นประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมา หากลูกค้าไม่เคยรู้สึกพิเศษในบริการมาก่อน ลูกค้าจะรู้สึกพอใจเป็นพิเศษ เนื่องจากความคาดหวัง
4. External communication ได้แก่ การลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการให้ข้อมูลกับลูกค้าล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าสะสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวังก่อนตัดสินใจใช้บริการสินค้าของหน่วยงานนั้นๆ

นอกจากนี้องค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้าและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้าแล้ว กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ก็มีความสำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วย ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายและขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ โดยผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องที่เรียกว่าส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 4P โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (เทพนม เมืองแมน ;และสวิง สุวรรณ . 2540: 18)

1. ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product) หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ธุรกิจเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลให้พึงพอใจ ซึ่งลักษณะของการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ฉะนั้นคุณภาพการบริการและระดับของการให้บริการเป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณา
2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์/บริการในรูปตัวเงิน ซึ่งการพิจารณาราคานั้นรวมถึงระดับราคา การลดราคา การให้ค่านายหน้า เงื่อนไขการชำระเงิน ซึ่งราคาเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะต้องพิจารณาว่าจะต้องเหมาะสมกับบริการที่เขาได้รับ
3. สถานที่ (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการ ท่าเลที่ตั้งของสถานที่บริการ การจัดและตกแต่งสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ ทั้งนี้ควรสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น ทั้งนี้รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายบริการอีกด้วย
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการใช้ความพยายามจงใจให้เกิดความชอบสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายด้วยตัวบุคคล

จากการศึกษาทฤษฎีความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป ซึ่งผู้วิจัยได้นำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ

ธุรกิจบริการ 4P มาใช้ในการพิจารณาด้านความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด

7. สภาพพื้นที่ เมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางตอนล่างซึ่งมีเขตแดนติดต่อกับภาคใต้ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งไม่ว่าจะเป็นชายหาดต่างๆ หมู่เกาะหรือป่าเขาลำเนาไพร เป็นสถานที่ตากอากาศเก่าแก่ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ประจวบคีรีขันธ์เคยเป็นที่ตั้งของเมืองนารัง สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้ตั้งเมืองขึ้นใหม่ที่ปากคลองอีรมชื่อว่า เมืองบางนางรม และในสมัยรัชกาลที่ 4 ได้รวบรวมเมืองบางนางรม เมืองกุย และเมืองคลองวาฬเป็นเมืองประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งแปลว่าเมืองที่มีภูเขาเป็นหมู่ๆ โดยมีที่ว่าการเมืองอยู่ที่เมืองกุย จนกระทั่งพ.ศ. 2441 จึงย้ายที่ว่าการเมืองมาอยู่ที่อำเภอหลัก หรืออำเภอประจวบ ซึ่งเป็นที่ตั้งของตัวเมืองประจวบคีรีขันธ์ในปัจจุบัน ลักษณะพื้นที่แคบเป็นคาบสมุทรยาวลงไปทางใต้ โดยมีส่วนที่แคบที่สุดจากเขตแดนไทย-พม่าด้านตะวันตกจนถึงฝั่งทะเลด้านตะวันออกเป็นระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตรอยู่บริเวณด่านสิงขร ท้องที่ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง และมีความยาวจากเหนือจรดใต้เป็นระยะทางประมาณ 212 กิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ และ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอหัวหิน อำเภอปราณบุรี อำเภอกุยบุรี อำเภอทับสะแก อำเภอบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย และกิ่งอำเภอสามร้อยยอต

ตราประจำจังหวัด



ภาพประกอบ 5 ตราประจำจังหวัด

ที่มา : ตราประจำจังหวัด. (2535). (ออนไลน์).

คำขวัญประจำจังหวัด

เมืองทองเนื้อเก้า มะพร้าวสับปะรด สวยสด หาด เขา ถ้ำ งามล้ำน้ำใจ

ต้นไม้ประจำจังหวัด



ภาพประกอบ 6 รูปต้นเกิด ต้นไม้ประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ที่มา: ทองเที่ยวหัวหิน. (2540). (ออนไลน์).

ที่ตั้งและอาณาเขต

เทศบาลเมืองหัวหินตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ติดกับทะเลอ่าวไทย พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทิศตะวันตกเป็นภูเขา พื้นที่ลาดเอียงลงสู่ทะเลอ่าวไทย มีพื้นที่รวม 86.36 ตารางกิโลเมตรหรือ 53,975 ไร่ มีถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ตัดผ่านจากทิศเหนือจรดทิศใต้ยาวประมาณ 22 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 230 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่เป็นชุมชนเมืองหนาแน่นและการพาณิชยกรรมประมาณ ร้อยละ 3 และมีชุมชนที่กระจัดกระจายไม่หนาแน่นห่างไกลออกไป พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม พื้นที่ว่างและพื้นที่เขตทหาร การขยายตัวของเมืองมีลักษณะเป็นแนวยาวไปตามถนนเพชรเกษม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง มีโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหารและสถานประกอบการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำนวนมาก ในปีหนึ่งๆ จึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจำนวนประมาณ 1.9 ล้านคน ก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดในท้องถิ่นปีละกว่า 8,000 ล้านบาท เทศบาลเมืองหัวหิน เป็นที่ตั้งของเขตพระราชฐาน คือ พระราชวังไกลกังวล ซึ่งปัจจุบันพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถประทับอยู่ เทศบาลเมืองหัวหินเป็นเขตควบคุมมลพิษตามประกาศคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2539) และเป็นเขตพื้นที่ที่ใช้มาตรการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พ.ศ.2547 (เทศบาลเมืองหัวหิน. 2547: ออนไลน์)

เทศบาลเมืองหัวหินมีอาณาเขตต่อกับพื้นที่ต่างๆ ดังนี้

ทิศเหนือ	จรดเขตเทศบาลเมืองชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
ทิศใต้	จรดอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ทิศตะวันออก	จรดทะเลอ่าวไทย
ทิศตะวันตก	จรดตำบลทับใต้และตำบลหินเหล็กไฟ อำเภอหัวหิน

เขตปกครองของเทศบาลเมืองหัวหินครอบคลุมพื้นที่ 2 ตำบล คือ

1. ตำบลหัวหิน
2. ตำบลหนองแก

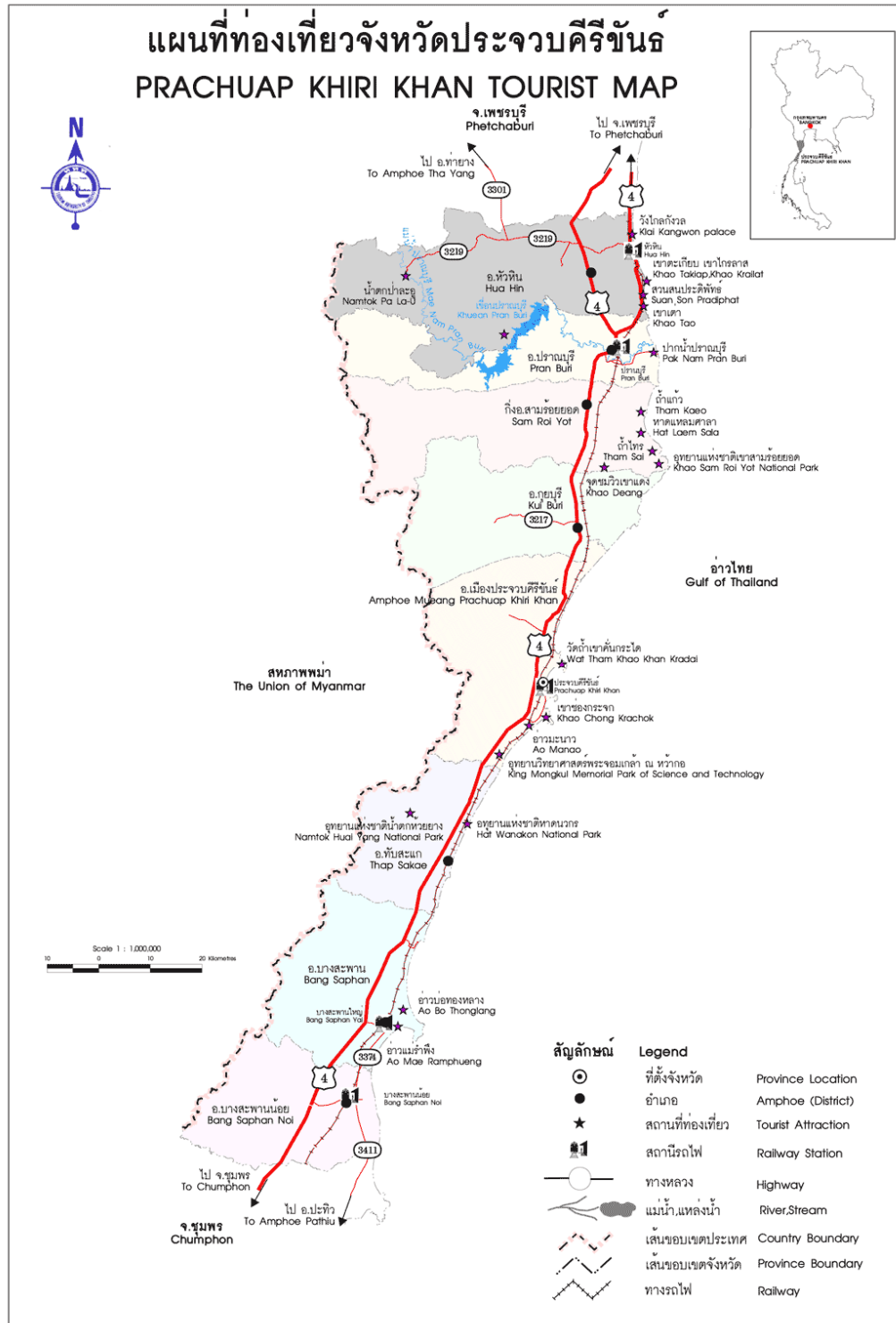
เนื้อที่

6,367,620 ตารางกิโลเมตร (คู่มือการท่องเที่ยวประจวบคีรีขันธ์. 2542: ออนไลน์)

ลักษณะภูมิอากาศ

อำเภอหัวหินเป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขตร้อน ลักษณะภูมิอากาศจะถูกควบคุมโดยการหมุนเวียนของกระแสลมประจำฤดูกาล โดยฤดูกาลแบ่งได้ ดังนี้

- ฤดูร้อน (กลางเดือนกุมภาพันธ์ - กลางเดือนพฤษภาคม) ลมตะวันออกเฉียงใต้
- ฤดูฝน (กลางเดือนพฤษภาคม - กลางเดือนตุลาคม) ลมตะวันตกเฉียงใต้
- ฤดูหนาว (กลางเดือนตุลาคม - กลางเดือนกุมภาพันธ์) ลมตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพประกอบ 7 พื้นที่โดยรอบของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ที่มา: แผนที่ทั่วไทย. (2545). (ออนไลน์).

7. แหล่งท่องเที่ยวบริเวณอำเภอหัวหิน

ตัวเมืองหัวหิน อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 195 กิโลเมตร และอยู่ก่อนถึงตัวเมืองประจวบคีรีขันธ์ประมาณ 90 กิโลเมตร ตลาดหัวหินเป็นตลาดใหญ่มีร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และโรงแรมมากมาย



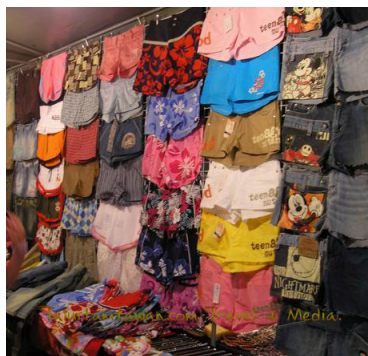
ภาพประกอบ 8 ร้านขายข้าวเหนียวมะม่วงป่าเจือ ตั้งอยู่บริเวณตัวเมืองหัวหิน

ตลาดโต้รุ่งหัวหิน เป็นสี่สัณยามราตรีของหัวหินและเป็นแหล่งรวมอาหารนานาชาติ อาทิ อาหารไทย อาหารทะเล ขนมไทย โรตีสี เป็นต้น เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศแวะเวียนไปเสมอ

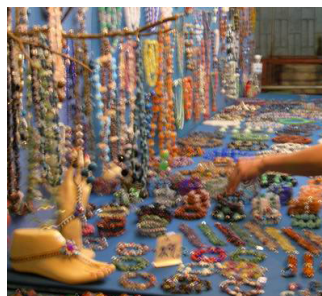


ภาพประกอบ 9 ร้านขายเครื่องดื่มค็อกเทลในตลาดโต้รุ่งหัวหิน
ที่มา: Hua Hin Pictures. (2547). (ออนไลน์)

ตลาดนัดรถไฟ เป็นตลาดเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงของหัวหินเป็นที่รู้จักดีในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมในตัวเมืองหัวหิน ตลาดแห่งนี้สร้างในปี พ.ศ. 2469 ตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ในวโรกาสเสด็จแปรพระราชฐานมาประทับ ณ วังไกลกังวลครั้งแรกพร้อมกับสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ โดย พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ราชสกุลจักรีไชยทรงเป็นหัวหน้าจัดสร้างขึ้นน้อมเกล้าฯ ถวาย ตลาดก่อสร้างด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก ลักษณะของหลังคาเป็นรูป 7 โค้งอันเป็นสัญลักษณ์ที่หมายถึงสร้างในสมัยรัชกาลที่ 7 ปัจจุบันเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อาหารสดและแห้ง



ภาพประกอบ 10 ร้านขายกางเกงขาสั้นบริเวณตลาดนัดรถไฟ



ภาพประกอบ 11 ร้านขายสร้อยคอ กำไล ของที่ระลึกบริเวณตลาดนัดรถไฟ

สถานีรถไฟหัวหิน สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานีรถไฟแห่งนี้คือ “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เป็นพลับพลาจตุรมุขสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เดิมมีชื่อว่าพลับพลาสนามจันทร์ ตั้งอยู่ในบริเวณพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พลับพลานี้มีไว้ในการที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เสด็จประทับทอดพระเนตรการฝึกซ้อมยุทธวิธีของกองเสือป่าและลูกเสือทั่วประเทศเป็นประจำทุกปี หลังจากสิ้นรัชสมัยของพระองค์ การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้รื้อถอนมาเก็บไว้ เพื่อเป็นการรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระองค์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2511 สมัยพันเอกแสง จุลจาริตต์ เป็นผู้ว่าการรถไฟฯ ได้พิจารณาเห็นว่าควรร้ายของพลับพลาสนามจันทร์มาปลูกสร้างขึ้นใหม่ที่หัวหิน เพื่อเป็นที่ประทับขึ้นและลงรถไฟของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การดำเนินการก่อสร้างนี้ใช้ช่างฝีมือคนไทยและได้มีการทำพิธีเปิดพลับพลาโดยสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดีซึ่งได้ตั้งชื่อใหม่ว่า “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เมื่อวันเสาร์ที่ 6 เมษายน 2517 สถานีรถไฟแห่งนี้เป็นที่เชิดหน้าชูตาของชาวอำเภอหัวหินเป็นอย่างมาก และยังเป็นທີ່เก็บห้วงถจกรไอน้ำเก่าที่การรถไฟฯ สั่งซื้อมาจากประเทศอังกฤษ



ภาพประกอบ 12 บริเวณชานชาลาสถานีรถไฟหัวหิน

ที่มา: Hua Hin Pictures. (2547). (ออนไลน์)

ศูนย์ศิลปหัตถกรรมหัวหิน ตั้งอยู่ที่เลขที่ 18 ถนนแนบเคหาสน์ เป็นทั้งสวนพฤกษชาติและเป็นแหล่งรวมงานจิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน ศิลปะ โบราณวัตถุและงานสร้างสรรค์แห่งโลกศิลปะที่นักท่องเที่ยวสามารถชมและสัมผัสได้

ชายหาดหัวหิน อยู่ทางด้านทิศตะวันออกของตัวเมือง มีทางลงหาดอยู่ที่ถนนดำเนินเกษม สองข้างทางลงหาดมีโรงแรมและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หาดหัวหินมีความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร หาดทรายขาวละเอียดเหมาะสำหรับเล่นน้ำทะเล



ภาพประกอบ 13 ชายหาดหัวหิน



ภาพประกอบ 14 กิจกรรมบริเวณชายหาดหัวหิน (Kiteboarding)



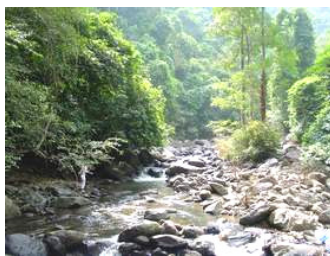
ภาพประกอบ 15 กิจกรรมการขี่ม้าตามชายหาดหัวหิน

เขานินเหล็กไฟ ตั้งอยู่ที่ตำบลหัวหิน ห่างจากตัวเมืองหัวหินไปทางทิศตะวันตกประมาณ 3 กิโลเมตร เป็นจุดชมวิวและชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามมากแห่งหนึ่ง ซึ่งสามารถชมวิวดูได้ 4 ทิศ จุดชมวิวนี้นับว่าสามารถมองเห็นตัวเมืองและอ่าวหัวหินโดยรอบ บนยอดเขาเป็นพื้นที่ราบและผาหินที่สวยงาม พร้อมกับมีศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง พื้นที่อเนกประสงค์ปลูกพันธุ์ไม้ในวรรณคดี นอกจากนี้แล้วยังเป็นที่ประดิษฐานพระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ช่วงเวลาที่เหมาะในการชมวิวก็คือ ช่วงเช้าตรู่และช่วงค่ำ



ภาพประกอบ 16 พระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว บริเวณเขานินเหล็กไฟ
ที่มา: คู่มือการท่องเที่ยวหัวหิน – เขานิน เหล็ก ไฟ. (2546). (ออนไลน์)

น้ำตกป่าละอู ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าละอู มีพื้นที่ประมาณ 273,125 ไร่ อุดมไปด้วยป่าไม้เขียวชอุ่ม และสัตว์ป่านานาชนิด ป่าละอูจัดอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน มีหน่วยพิทักษ์อุทยานน้ำตกป่าละอูของกรมป่าไม้ ตั้งอยู่ใกล้อ่างเก็บน้ำก่อนถึงตัวน้ำตกประมาณ 2 กิโลเมตรเป็นผูดแล น้ำตกป่าละอูประกอบด้วยน้ำตกละอูใหญ่และน้ำตกละอูน้อย ซึ่งไหลลดหลั่นกันอย่างสวยงามถึง 11 ชั้น มีน้ำตลอดทั้งปี สามารถลงเล่นน้ำได้ นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผีเสื้อชุกชุม ช่วงเวลาที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายน ในช่วงเช้าตรู่เนื่องจากอากาศเย็นสบายและมีโอกาสพบเห็นสัตว์ป่ารวมทั้งนกหายากหลายชนิด



ภาพประกอบ 17 น้ำตกป่าละอู

วัดห้วยมงคล ตั้งอยู่ที่ตำบลทับใต้ เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่отวด พระนามาภิไธย ส.ก. องค์ใหญ่ การเดินทาง จากหัวหินใช้เส้นทางหนองพลับ-ป่าละอู ระยะทางประมาณ 14 กิโลเมตรถึงตำบลทับใต้เลี้ยวซ้ายที่สี่แยกหนองตะเภาแล้ว เข้าไปตามทางจนถึงวัดห้วยมงคล

ศาลพระพรหม ตั้งอยู่บนเขามหาชัย ห่างจากตัวเมืองหัวหินไปทางใต้ประมาณ 5 กิโลเมตร (ทางไปน้ำตกป่าละอู) ดร.ผุสดี จิตรชุ่ม ได้บูรณะศาลขึ้นใหม่แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2542 ใช้รูปแบบการก่อสร้างเป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายในเชิงคำสอน เปิดให้ผู้ศรัทธาสักการะทุกวัน สามารถชมทิวทัศน์ชายฝั่งทะเลและตัวเมืองได้ (หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ ท่องเที่ยว. 2542: ออนไลน์)

เขาตะเกียบ เขาไกรลาส เป็นภูเขา 2 ลูกที่อยู่ใกล้กัน อยู่ห่างจากตัวอำเภอหัวหินไปทางทิศใต้ประมาณ 14 กิโลเมตร มีทางแยกซ้ายมือจากถนนเพชรเกษมที่กิโลเมตร 235 เข้าไปประมาณ 500 เมตร จากตลาดหัวหินมีรถโดยสารวิ่งระหว่างหัวหิน-เขาไกรลาส-เขาตะเกียบ เขาตะเกียบเป็นเขาที่ยื่นออกไปในทะเลมีโขดหินสวยงาม เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามญาติขนาดใหญ่หันหน้าออกสู่ทะเล บนยอดเขามีทางเดินขึ้นไปสามารถชมทิวทัศน์ของท้องทะเลและตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ชายหาดเขาตะเกียบมีความยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร มีความลาดชันน้อย หาดทรายขาวละเอียด บริเวณชายหาดมีร้านอาหาร ที่พักและร้านขายของที่ระลึกมากมายไว้บริการ



ภาพประกอบ 18 เขาตะเกียบ เขาไกรลาส

สวนสนประดิพัทธ์ อยู่ห่างจากหัวหินไปตามถนนเพชรเกษมประมาณ 9 กิโลเมตร โดยมีทางแยกจากถนนเพชรเกษม กิโลเมตรที่ 240 เลี้ยวขวาเข้าไปประมาณ 500 เมตร มีรถโดยสารจากหัวหินไปยังสวนสนฯ ทุก 20 นาที หากไปทางรถไฟสามารถลงที่ป้ายหยุดรถไฟสวนสนประดิพัทธ์ โดยใช้บริการรถไฟสายธนบุรี-ประจวบคีรีขันธ์

เกาะสิงห์โต อยู่ทางด้านทิศตะวันออกจากสวนสนประดิพัทธ์ไปประมาณ 800 เมตร เป็นเกาะเล็กๆ รูปร่างคล้ายสิงห์โตนอนหมอบหันหน้าไปทางทิศเหนือ เหมาะสำหรับผู้นิยมตกปลา นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือได้ที่หมู่บ้านเขาตะเกียบ

เขาเต่า ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อยู่ห่างจากตัวอำเภอหัวหินประมาณ 13 กิโลเมตร โดยมีทางแยกจากถนนเพชรเกษม กิโลเมตรที่ 243-244 เลี้ยวซ้ายข้ามทางรถไฟไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตรถึงวัดเขาเต่า มีรถโดยสารวิ่งระหว่างหัวหิน-ปราณบุรี ลงรถที่ปากทางเข้าวัด ต่อด้วยรถจักรยานยนต์รับจ้าง หากมากันหลายคนสามารถติดต่อเช่าเหมารถสองแถวจากตัวเมืองหัวหินจะได้รับความสะดวกกว่า บริเวณเขาเต่ามีหาดทรายที่สะอาด และสวยงามอยู่ 2 แห่ง คือ หาดทรายน้อยและหาดทรายใหญ่ นอกจากนี้ยังมีเกาะขนาดเล็กอยู่ไม่ห่างจากชายฝั่งเท่าใดนัก บนเกาะมีเปลือกหอยชนิดต่าง ๆ ทั้บถมกันอยู่มากมายและยังมีพระพุทธรูปขนาดใหญ่หันพระพักตร์ออกสู่ทะเล



ภาพประกอบ 19 เขาเต่า

เริ่มต้นชมเมืองหัวหินด้วยสถานที่แห่งประวัติศาสตร์ อย่างสถานีรถไฟหัวหิน เดินเรื่อยๆ ไปทางตะวันออกบนถนนดำเนินเกษม จะเห็นรูปปั้นของโผน กิ่งเพชร (นักมวยชาวไทยคนแรกที่สามารถคว้าแชมป์โลกมาครองเป็นเกียรติประวัติของประเทศ) ยืนเด่นเป็นสง่าอยู่ทางด้านขวามือของถนน ตรงข้ามถนนเพชรเกษม เลยไปรษณีย์ไปเล็กน้อย มีร้านอาหารและภัตตาคารสไตล์ยุโรปโดยเฉพาะภัตตาคารอิตาลีเย็นมากมายหลายร้าน เลยไปอีกนิดจนเกือบจะสุดถนน จะถึงสถานที่สำคัญของหัวหินอีกแห่งหนึ่งก็คือโรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล (โรงแรมแห่งแรกของหัวหิน) ซึ่งมีทิวทัศน์งดงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ แวดล้อมไปด้วยไม้ต้นไม้อุดมกานานาพันธุ์ สถานที่ต่อไปของหัวหินคือโรงแรมฮิลตัน ซึ่งเปรียบเสมือนจุดศูนย์กลางของหัวหินมากกว่า 10 ปี มีจุดชมวิวชั้น 17 เพื่อชมทัศนียภาพหัวหินที่แสน

งดงาม อีกทั้งยังมีภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านตัดเสื้อ ร้านขายของพื้นเมืองและของที่ระลึกมากมายอยู่เต็มสองฟากถนน ให้แวะพักหาอะไรรับประทานแก้หิวหรือซื้อปิ้งซื้อของฝาก ในยามราตรี สมกับที่ถนนช่วงนี้ถูกขนานนามว่า “ไมล์ทอง” พอผ่านโรงแรมฮิลตันไป จะเห็นมีตรอกเล็กๆ ทางด้านขวามือ ซึ่งเป็นทางนำไปสู่ลานชายทะเลซึ่งเป็นหาดฟ้าเรือสำหรับชมวิวใจกลางเมืองหัวหิน เดินตามทางไปจนสุดถนน จะถึงท่าหน้าตกปลาซึ่งเป็นจุดชมวิวดูอีกจุดหนึ่งของหัวหิน บริเวณนี้สามารถชมทัศนียภาพของหัวหินได้อย่างกว้างไกลเต็มสายตาย้อนกลับไปยังถนนเดชาнуชิต จะมีตลาดตลาดโต้รุ่งหัวหินอันเลื่องชื่อ หากต้องการสัมผัสบรรยากาศการใช้ชีวิตเรียบง่ายแต่มีเสน่ห์แบบไทยๆ จากนั้นนักท่องเที่ยวทั้งหลายสามารถท่องเที่ยวได้อีกตลอดคืน ซึ่งมีทั้งไนท์คลับ ผับ และบาร์ ซึ่งถนนที่ขึ้นชื่ออย่าง “ซอยบิณฑบาตร” ตั้งอยู่บนถนนนเรศวร (ถนนหน้าโรงแรมฮิลตัน) ซึ่งเปรียบเสมือนย่านพัฒนาพงษ์ที่กรุงเทพฯ (เทศบาลเมืองหัวหิน. 2547: ออนไลน์)

7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2540) ได้ทำการศึกษารายงานผลการวิจัยเรื่องนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับการท่องเที่ยว พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพหมายถึง ความต้องการที่จะมีร่างกายแข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บอันเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ส่วนความต้องการที่จะมีรูปร่างผิวพรรณที่สวยงามอยู่เป็นนิจ เพื่อให้เป็นที่นิยมของผู้ได้พบเห็น และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการในระดับที่สาม คือ ความต้องการความรัก และการยอมรับจากผู้อื่นตามทฤษฎีของ มาสโลว์ (Maslow) ซึ่งความต้องการนี้สามารถตอบสนองได้จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ในวงการแพทย์ได้ยอมรับว่า การได้หยุดพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นการคลายเครียดที่ดี ซึ่งส่งผลต่อสุขภาพที่แข็งแรง นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นที่นิยมของตลาดท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

อัศวิน นววงศ์ (2540) ได้ศึกษาและเสนอโครงการโรงแรมพักตากอากาศเพื่อสุขภาพ จังหวัดเชียงราย เจ้าของบริษัท คือแม่จันรีสอร์ทแอนด์ฟิชชิ่งปาร์ค จำกัด ตั้งอยู่ที่ บ้านโป่งน้ำร้อน ตำบลป่าตึง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยมี Spa & Health Center เป็นส่วนประกอบหนึ่งของโครงการทั้งหมด สำหรับกลุ่มเป้าหมายของโครงการที่ได้ประมาณการ คือ ผู้ใช้บริการมีเพศชาย 60 เปอร์เซ็นต์ หญิง 40 เปอร์เซ็นต์ ช่วงอายุระหว่าง 25-45 ปี 30 เปอร์เซ็นต์ รับบริการเพื่อพักผ่อน เพศชาย 70 เปอร์เซ็นต์ หญิง 30 เปอร์เซ็นต์ ช่วงอายุ 25-35 ปี รับบริการด้านออกกำลังกาย และเพศชาย 40 เปอร์เซ็นต์ หญิง 60 เปอร์เซ็นต์ ช่วงอายุ 25-45 ปี ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ รับบริการด้านสุขภาพและความงาม ช่วงระยะเวลาการใช้งาน แบ่งตามระยะเวลาและประเภทการรับบริการ คือ บริการสุขภาพอย่างเดียว บริการปกติ (ห้องพักและบริการสุขภาพ) และแบบแพคเกจทัวร์ ระดับรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง 60 เปอร์เซ็นต์ รายได้

ปานกลาง 20เปอร์เซ็นต์ และสูง 20เปอร์เซ็นต์ อาชีพธุรกิจส่วนตัว 30เปอร์เซ็นต์ และพนักงานบริษัท 30เปอร์เซ็นต์ และสิ่งที่สำคัญมากและเป็นหัวใจของโครงการนี้ คือ การเลือกที่ตั้งของโครงการ เพราะเป็นจุดขายและโอกาสที่จะสร้างจุดขายให้โดดเด่นนั้นกระทำได้ง่าย

กมลวัลย์ กี่สุวรรณ; และยุวดี (2542) ซึ่งทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ทางเลือกในปี 1999 ได้กล่าวถึง แนวทางทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพว่า เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการพักผ่อนเพื่อให้มีสุขภาพจิตที่ดีทั้งภายในและภายนอก

สุชาวลี สุทธิคะเนิง (2542) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ดังนี้

- ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี และได้รับรายได้ต่อเดือน 5,100 - 10,000 บาท

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคตามความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการ เครื่องมือ สถานที่ ภาพพจน์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด

จิตรสินี สนิท (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติ พฤติกรรม และความต้องการใช้บริการสปาของกำลังพลและครอบครัวในค่ายศรีพัชรินทร พบว่า กำลังพลค่ายศรีพัชรินทร และครอบครัวมีทัศนคติที่ดีต่อประโยชน์ของการใช้บริการสปา ได้แก่ ช่วยให้สุขภาพแข็งแรง ช่วยผ่อนคลายความเครียด ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ช่วยเพิ่มความสวยงาม และรักษาอาการเจ็บป่วย

วิภาพร มหาชัย (2544) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการเพื่อสุขภาพ จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพโสด อายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงระหว่าง 20 - 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 200,000 - 300,000 บาท พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา มีประสบการณ์ใช้ 6 - 10 ครั้งเหตุผลที่เลือกใช้บริการเพื่อสุขภาพ คือ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด และนิยมนวดแผนไทยมากที่สุด และใช้เวลาในการใช้บริการสปาประมาณ 2 ชั่วโมง

วัชรภรณ์ อักษรแหลม (2547) ได้ทำการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา พบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 61 - 90 นาที โดยมีจำนวนเงินที่จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 2,000 บาท และใช้บริการนวดทั้งไทย สวีดิช อโรมา ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการรับรู้มากที่สุด คือใบปลิวโดยมีแนวโน้มความนิยมเพิ่มมากขึ้น สาเหตุเนื่องจากคนส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น และเห็นคุณค่าของการใช้บริการสปาว่าสามารถช่วยผ่อนคลาย ทั้งนี้มีการตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเอง และมาใช้บริการในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ร้านสปาที่ตั้งอยู่ต่างหาก และใช้บริการทันทีที่เจอที่ถูกใจ

ชนิดา บุญประเสริฐ (2547) ได้ศึกษาบริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในเขตกรุงเทพมหานคร ในทัศนะของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมแล้วมีความเหมาะสมมาก และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันพบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรรณ (Gunn. 1994) ได้อธิบายเรื่องการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวว่า ควรเริ่มต้นจากการวางแผนกิจกรรมของคนที่จะเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวและต้องรวบรวมข้อมูลเพื่อหา กิจกรรมของนักท่องเที่ยว สิ่งที่สำคัญคือสามารถหาความชัดเจนของถึงการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ตลอดจนสามารถคาดการณ์ถึงแนวโน้มการเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมได้ การพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรคำนึงถึงผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ควรมีการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่เฉพาะเจ้าบ้าน (Host) หรือคนในท้องถิ่นเท่านั้น ยังรวมถึงแขก (Guest) หรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในท้องถิ่นอีกด้วย

อลเลน (Allen. 1998) ได้ศึกษาเรื่อง Roman Healing Spas in Italy: A Case Study in Design and Function โดยพบว่า การอาบน้ำโดยการใช้น้ำแร่ นั้น เป็นการอาบน้ำที่ใช้น้ำแร่ที่มีอุณหภูมิร้อน เพื่อการบำบัดรักษา ซึ่งในอิตาลีนั้นมีแหล่งน้ำแร่มากกว่า 30 แห่ง ความรู้เรื่องของน้ำแร่ต่างๆ นั้นถูกเก็บไว้ในหนังสือและแหล่งอื่นๆ เช่น ในศิลาจารึกและหลักฐานทางโบราณคดี ซึ่งก็ไม่ปรากฏแน่ชัด อย่างไรก็ตามจากการศึกษานี้พบว่าสำหรับสังคมชาวโรมัน การใช้น้ำแร่ก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นสิ่งสำคัญเหมือนยาชนิดหนึ่งในการรักษาสุขภาพได้

โรว์ (Rowe,1998) ได้ศึกษาเรื่อง Spotlight on Spas จากประเด็นที่ว่า อะไรที่ทำให้ลูกค้าต้องการใช้บริการสปา อะไรที่ผู้ใช้บริการสปาต้องการจากสปาต่างๆ โดยการสอบถามลูกค้ามากกว่า 2,300 คน ใน 28 แห่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการตลาดของ Health Fitness Dynamics Inc.'s HDF Spa – Goes จากการศึกษพบว่า ส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเพราะต้องการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ต้องการลดน้ำหนักเพื่อให้รูปร่างดี การนวดเป็นบริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด บางส่วนกล่าวว่าพวกเขาต้องการความเป็นส่วนตัว และลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสปาที่รีสอร์ทต้องการใช้บริการสปาโดยการซื้อบริการแบบแยกเป็นส่วนมากกว่าเป็นแบบแพคเกจ เพราะว่าบางคนนอกจากใช้บริการสปาแล้วยังต้องการใช้บริการอื่นๆ ของรีสอร์ทอีกด้วย และยังพบว่าในยุคของ Baby Boom นั้น มีผู้ใช้บริการอายุ 30 – 49 ปี ถึง 60 เปอร์เซ็นต์ และเมื่อ 5 ปีที่แล้วนั้นช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป มีอัตราที่ลดลงจากเดิม 23 เปอร์เซ็นต์ เป็น 17 เปอร์เซ็นต์ และพบว่าคนวัยหนุ่มสาวที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีมาใช้บริการเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะผู้หญิงนั้นเพิ่มขึ้นถึง 74 เปอร์เซ็นต์ และพบว่าผู้ชายและผู้หญิงมีความสนใจและความต้องการในการใช้บริการสปาที่ต่างกัน โดยผู้ชายนั้นจะเลือกใช้บริการสปาโดยให้ความสำคัญกับการพักผ่อน การออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงก่อนเป็นอันดับ

แรก ส่วนผู้หญิงนั้นจะใช้บริการสปาโดยการพิจารณาถึงสถานที่นั้นมีพนักงานดูแลเอาใจใส่อย่างดีเป็นอันดับแรก ตามด้วยการพักผ่อนเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด อย่างไรก็ตาม 81 เปอร์เซ็นต์ของคำตอบ คือ ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการรีสอร์ท โดยการพิจารณาเลือกใช้บริการรีสอร์ทโดยขึ้นอยู่กับว่ารีสอร์ทนั้นมีบริการสปาอยู่ด้วยหรือไม่ ในปัจจุบันสปาดูเหมือนจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

คอคเคอเรล (Cockerell, 1966) ได้ศึกษาเรื่อง Spa and Health Resorts in Europe โดยการวิเคราะห์อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจสปาและรีสอร์ทสุขภาพ มุ่งเน้นที่ตลาดยุโรปเป็นสำคัญ ซึ่งจากข้อมูลทางสถิติที่ได้จากแหล่งต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากในประเทศ เยอรมัน ประเทศอิตาลี และประเทศฝรั่งเศส และในประเทศอื่นๆ การพัฒนาธุรกิจใหม่ นั้นส่งผลกระทบต่อธุรกิจยุโรป รวมถึงการประเมินศักยภาพความต้องการด้านอุปสงค์ทั้งจากตลาดยุโรปและตลาดอื่นๆ ในที่สุดก็ได้หาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจได้ว่า การตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพสามารถแยกกลุ่มที่ใช้บริการสปาและรีสอร์ทสุขภาพออกตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นเพื่อการรักษาสุขภาพ ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งเน้นเพื่อการท่องเที่ยว ในประเทศฝรั่งเศส ตามสถานที่พักตากอากาศได้มีบริการบำบัดด้วยน้ำที่เกิดขึ้นใหม่คือ น้ำทะเลบำบัด หรือที่เรียกว่า ธาลาโซเธอราฟี (Thalassotherapy) ซึ่งมีแนวโน้มได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และแนวโน้มนี้เองทำให้ประเทศญี่ปุ่นและประเทศโมร็อกโก นำเอาความรู้และวิธีการจากประเทศฝรั่งเศสไปวางแผนและพัฒนาบำบัดด้วยเช่นกัน ในยุโรปตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดนั้นยังคงเป็นประเทศเยอรมัน ตามด้วย ประเทศอิตาลี และประเทศฝรั่งเศส อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน การเจริญเติบโตของสปา และรีสอร์ทสุขภาพต่างๆ นั้นสามารถที่จะตอบสนองความต้องการด้านตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพได้

จากการประมวลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีผู้วิจัยจำนวนมากได้ศึกษาโดยการวิเคราะห์อุปทานและอุปสงค์ของธุรกิจดังกล่าว การศึกษาทางเลือกใหม่ของธุรกิจด้านสุขภาพ รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการใช้บริการ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด แสดงถึงการวางแผนเพื่อนำไปสู่การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับวิธีการดำเนินการวิจัยในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการสปาและความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการที่เดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลสถานประกอบการสปา
2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลสถานประกอบการสปา

ผู้วิจัยได้เลือกสถานประกอบการสปา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับดังนี้ (1) สถานประกอบการสปาที่มีบริการอยู่ในโรงแรม 3 แห่ง คือ อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา หัวหินแมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา และฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา (2) สถานประกอบการสปาบริเวณถนนริศดำริ(ถนนด้านหน้าโรงแรมฮิลตัน) 3 แห่ง คือ รอยัลไทยสปา บ้านขวัญกมลมาชาจ แอนด์ สปา และอมานาสปา ซึ่งตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นพื้นที่ทำการวิจัย และทำการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่สำคัญใช้วิธีการศึกษาโดยการสอบถามพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงเจ้าของสถานประกอบการสปาและพนักงานบริการสปา ในระหว่างเดือนมกราคม – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2549

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสปาที่เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประมาณเดือนละ 1,560 คน (จากการสังเกตการณ์ในช่วงเวลาของผู้วิจัย) ดังสถานประกอบการต่อไปนี้

1. ผู้ใช้บริการสปาในสถานประกอบการสปาที่มีบริการอยู่ในโรงแรม 3 แห่งดังต่อไปนี้
 - 1.1 อนันตรา รีสอร์ท แอนด์ สปา
 - 1.2 หัวหิน แมริออท รีสอร์ท แอนด์ สปา
 - 1.3 ฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์ สปา

2. ผู้ใช้บริการสปาสถานประกอบการสปาบริเวณถนนนเรศดำริ (ถนนด้านหน้าโรงแรมฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา) 3 แห่งดังนี้

2.1 รอยัลไทยสปา

2.2 บ้านขวัญกมล มาซาจ แอนด์ สปา

2.3 อมานา สปา

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการสปาที่เดินทางมาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระยะเวลา 30 วัน การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมด และให้ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ซึ่งมีสูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544 : 74)

โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

$$n = \frac{N}{1+N(0.05)^2}$$

$$n = \frac{N}{1+N(0.0025)}$$

$$n = \frac{1,560}{1+(1,560*0025)}$$

$$n = 318.36 \text{ (เก็บจริง 320)}$$

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 320 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายตามสัดส่วนของแต่ละกลุ่ม ผลการเลือกและการเก็บรวบรวมข้อมูล ปรากฏตามตารางที่ 3.1

ตาราง 2 จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้จริง

ประชากร	กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บจริง
1. ผู้ใช้บริการสปาในสถานประกอบการ สปาที่มีบริการอยู่ในโรงแรม 3 แห่งดังนี้	320	
1.1 อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา		19
1.2 หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา		12
1.3 ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา		12
2. สถานประกอบการสปาบริเวณถนนนเรศดำริ (ถนนด้านหน้าโรงแรมฮิลตัน หัวหิน รีสอร์ท แอนด์สปา) 3 แห่งดังนี้		
2.1 รอยัลไทยสปา		123
2.2 บ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา		92
2.3 อมัญญา สปา		62
รวม	1,560	320

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยทำการสร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลส่วนตัว จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา ของผู้ให้บริการสปา จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาใช้บริการสปาที่หัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปา บริการสปาที่ใช้บริการมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา จำนวน 20 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบไปด้วย ผลัดภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อแสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการสปาของสถานประกอบการสปา จำนวน 3 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบ และวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่างๆ ที่ได้จากเอกสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทสัมภาษณ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา ในแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมนั้น มาสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา ในแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการสปา และ ในด้านความพึงพอใจในการใช้บริการสปาทั้ง 4 ด้านคือ ผลลัพธ์ ราคา สถานที่ ส่งเสริมการตลาด
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข
5. นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านคือ
 - 5.1 ดร.มนัส บุญประกอบ
 - 5.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระพีพร สามารถ
 - 5.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไวยเรศ ลิบลับ
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปทดลองใช้ (Try – out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างรายข้อกับคะแนนรวม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยไปยังผู้ประกอบการธุรกิจสปา เพื่อชี้แจงเกี่ยวกับงานวิจัยนี้ และขออนุญาตให้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล
2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

4. ชี้แจงวิธีการตอบแบบสอบถามพร้อมคำอธิบาย ข้อมูลที่ได้จะปกปิดเป็นความลับ แต่ข้อมูลที่ได้จะนำมาศึกษาวิชาการ โดยขอความร่วมมือเพื่อตอบแบบสอบถามประมาณ 15 นาที
5. ตรวจสอบว่าข้อมูลครบถ้วนหรือไม่ (แบบสอบถาม) ถ้าข้อใดยังไม่ตอบ ให้สอบถามเพิ่มเติม แล้วให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด ผู้วิจัยจะนำมาจัดกระทำข้อมูลโดยการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยมีขั้นตอนวิเคราะห์ดังนี้

1. จัดระบบข้อมูล
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสปาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน เชื้อชาติ โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา ซึ่งประกอบด้วย ประเภทบริการของสปาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง วัตถุประสงค์การใช้บริการสปา โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ
4. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา ซึ่งประกอบไปด้วย ผลัดภักดิ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย
ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อสรุปรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิจัย บรรยายให้ทราบถึงลักษณะข้อมูลของตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีสูตรดังนี้

5.1) ค่าร้อยละ (ประกอบ กรรณสูตร. 2538) โดยกำหนดให้

P = ค่าร้อยละ

n = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ

N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

$$\text{สูตร } P = \frac{n \times 100}{N}$$

5.2) ค่าเฉลี่ย (ประกอบ กรรณสูตร,2542)

$$\text{สูตร } \bar{x} = \frac{\sum fx}{N}$$

$\bar{x}$ = ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum fx$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

5.3) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation (ประกอบ กรรณ-สูตร,2539)

$$\text{สูตร } SD = \frac{\sum f(x - \bar{x})^2}{N - 1}$$

SD = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum f(x - \bar{x})^2$ = ผลรวมทั้งหมดของผลต่างของคะแนนแต่ละข้อกับค่าเฉลี่ย

N = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลความหมายแบบสอบถามความพึงพอใจ ใช้มาตรวัดแบบ

Rating scale ของ Likert Scale (บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ. 2540)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

6. การนำเสนอข้อมูล จากการวิเคราะห์และประมวลผลผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ใน

รูปของตาราง พร้อมทั้งแปลผลได้ตาราง

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

7.1 การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว คำนวณจากสูตร (บุญเรียง ขจรศิลป์. 2547 : 161.)

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{O_i}$$

เมื่อ O_i แทน จำนวนความถี่ที่รวบรวมได้ในช่อง i
 E_i แทน จำนวนความถี่ที่คาดหวังในช่อง i

7.2 สถิติ F – Test เป็นการทดสอบสมการว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 236)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ F แทน ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
 MS_B แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_W แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

7.3 สถิติ t – Test เป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ (สุนีย์ เหมะประสิทธิ์. 2536 : 366)

$$t = \frac{b_i}{SE_{bi}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การถดถอย
 b_i แทน สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i
 SE_{bi} แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยขอเสนอรายละเอียดผลการศึกษาวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สถานประกอบการสปาพร้อมรายละเอียดการทำสปาในแต่ละรายการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 5 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 6 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 7 สรุปตารางการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา และความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P ซึ่งประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านส่งเสริมการขาย

ส่วนที่ 8 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 9 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านสปา

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F-Ratio	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

df	แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum Squares)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)
χ^2	แทน ค่าสถิติการทดสอบไคว์สแควร์
Sig., ∞	แทน ค่า Significance

ส่วนที่ 1 สถานประกอบการสปาพร้อมรายละเอียด ราคาการทำสปา

1. สถานประกอบการสปาที่มีบริการอยู่ในโรงแรม 3 แห่ง

1.1 อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา



ภาพประกอบ 20 อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา

ที่มา: อนันตรา(Anantara. 2005: ออนไลน์).



ภาพประกอบ 21 บรรยากาศภายในสถานประกอบการสปาที่ อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา

ที่มา : อนันตรา(Anantara. 2005: ออนไลน์).

ตาราง 3 โปรแกรมการทำสปาพร้อมราคาที่อเนกประสงค์รีสอร์ทแอนดส์สปา

โปรแกรมสปา	ระยะเวลา	ราคา (บาท) ++
การนวดไทยดั้งเดิม	90 นาที	2,000
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	60 นาที	1,500
การนวด Ayurvedic	60 นาที	1,500
การนวด Indian Head	60 นาที	1,500
การนวดกดจุด	60 นาที	1,500
การนวดฝ่าเท้า	60 นาที	1,500
การนวดเท้าแบบ Oriental	60 นาที	1,500
การทำทรีทเมนต์	60 นาที	2,100
การบำบัดโรคด้วยกลิ่นหอม	60 นาที	2,600
การขัดผิวด้วยนมและมะพร้าว	60 นาที	2,200
การอบไอน้ำ	30 นาที	1,900
ทำเล็บ	-	500 – 1,000
Salon Treatment	-	600 – 3,000

หมายเหตุ ++ หมายถึง 17% (10% ค่าบริการ, 7% ภาษี)

1.2 หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนดส์สปา



ภาพประกอบ 22 หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนดส์สปา



ภาพประกอบ 23 สถานประกอบการสปาที่ หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา
ที่มา : แมริออท(Marriott. 2003: ออนไลน์)

ตาราง 4 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา

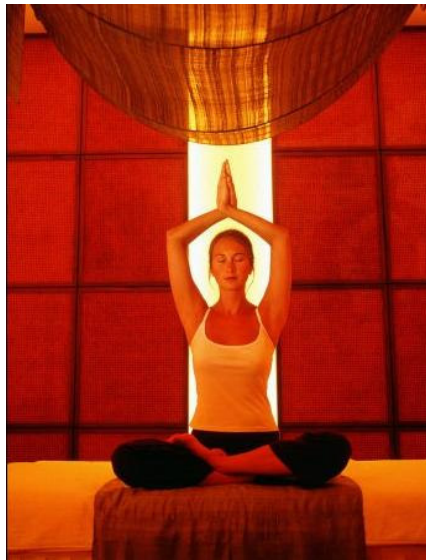
โปรแกรมสปา	ระยะเวลา	ราคา (บาท) ++
การนวดไทย	60 นาที	1,600
การนวดไทย	90 นาที	2,200
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	60 นาที	1,700
การนวดกดจุด	60 นาที	1,600
การนวดฝ่าเท้า	60 นาที	1,600
การบำรุงผิวหน้า	60 นาที	2,100
การทำทรีทเมนต์	60 นาที	2,200
การขัดผิว	60 นาที	2,200
การมาร์คหน้า	60 นาที	1,600
แวกซ์รักแร้	-	600
แวกซ์บิกินี่	-	600
แวกซ์หน้าแข้ง	-	800
การอบไอน้ำด้วยสมุนไพร	-	500
อาบน้ำแร่	-	800
แช่น้ำนม	-	800

หมายเหตุ ++ หมายถึง 17% (10% ค่าบริการ, 7% ภาษี)

1.3 ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา



ภาพประกอบ 24 ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา
ที่มา : ฮิลตัน รีสอร์ท(Hilton Resorts. 2003: ออนไลน์)



ภาพประกอบ 25 บรรยากาศในห้องทำทรีทเมนต์ที่ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา
ที่มา: ฮิลตัน รีสอร์ท(Hilton Resorts. 2003: ออนไลน์)

ตาราง 5 โปรแกรมการทำสปา พร้อมราคาที่ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา

โปรแกรมสปา	ระยะเวลา	ราคา (บาท) ++
การนวดไทย	90 นาที	1,800
การนวดไทย	120 นาที	2,200
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	60 นาที	1,700
การนวดกดจุด	60 นาที	1,600
การนวดฝ่าเท้า	60 นาที	1,600
การนวดมือ	45 นาที	800
การขัดผิวโดยการขับสารพิษ (Detox)	60 นาที	1,800
การทำทรีทเมนต์ตัวด้วยส่วนผสมพิเศษ (Coconut Conditioning)	60 นาที	2,600
การทำทรีทเมนต์หน้า	60 นาที	2,000
การบำรุงผิวหน้า	60 นาที	2,100
การมาร์คหน้า	60 นาที	1,600
การขัดผิว	60 นาที	2,200

หมายเหตุ ++ หมายถึง 17% (10% ค่าบริการ, 7% ภาษี)

2. สถานประกอบการประกอบการสปาที่อยู่บริเวณถนนพริศดำริ (ถนนด้านหน้าโรงแรม
ฮิลตันหัวหินรีสอร์ท แอนด์สปา) 3 แห่ง

2.1 รอยัลไทยสปา



ภาพประกอบ 26 รอยัลไทยสปา

ตาราง 6 โปรแกรมการทำสปาพร้อมราคาที่ยอยัลไทยสปา

โปรแกรมสปา	ระยะเวลา	ราคา (บาท)
นวดกดจุดฝ่าเท้า	30 นาที	300
นวดกดจุดฝ่ามือ	30 นาที	300
นวดหลัง ไหล่ และศีรษะ	30 นาที	300
นวดแผนไทย	60 นาที	450
นวดแผนไทยประจบสมุนไพรสด	120 นาที	800
นวดน้ำมันหอมบรีสูทรี	60 นาที	500
พอกผิว	60 นาที	800
นวดหน้า + พอกหน้า	60 นาที	800
อบชาวน้ำสมุนไพร	60 นาที	700
ขัดผิว	60 นาที	800

2.2 บ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา



ภาพประกอบ 27 บรรยากาศภายในบ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา

ตาราง 7 โปรแกรมการทำสปาพร้อมราคาที่บ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา

โปรแกรมสปา	ระยะเวลา	ราคา (บาท)
นวดแผนไทย	60 นาที	400
นวดแผนไทย	90 นาที	600
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	60 นาที	600
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	90 นาที	800
การนวดฝ่าเท้า	60 นาที	400
การนวดฝ่าเท้า	90 นาที	600
นวดหลัง ไหล่ และศีรษะ	30 นาที	300
การนวดแบบสวีดิช	60 นาที	500
การขัดผิวด้วยสมุนไพร	60 นาที	1,000

2.3 อม้านาสปา



ภาพประกอบ 28 ร้านอม้านา สปา



ภาพประกอบ 29 การทำสปาในร้านอม้านา สปา

ตาราง 8 โปรแกรมการทำสปาพร้อมราคาที่มาหาสปา

โปรแกรมสปา	ระยะเวลา	ราคา (บาท)
นวดแผนไทย	60 นาที	500
นวดน้ำมันหอมระสุทธ์	60 นาที	800
การนวดฝ่าเท้า	30 นาที	400
การขัดผิวด้วยสมุนไพร	60 นาที	1,200
การนวดหลังและไหล่ด้วยน้ำมัน	60 นาที	1,200
พอกผิว	60 นาที	1,200
นวดหน้า + พอกหน้า	60 นาที	1,000
การทำทรีทเมนต์	60 นาที	1,200
การทำเล็บมือ / เล็บเท้า	-	500 - 800

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหินอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	193	60.30
หญิง	127	39.70
รวม	320	100.00

จากตาราง 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 และเพศหญิงจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 40 ปี	175	54.70
41 – 50 ปี	86	26.90
50 ปีขึ้นไป	59	18.40
รวม	320	100.00

จากตาราง 10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 54.70 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีน้อยที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเชื้อชาติ

เชื้อชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยุโรป - อเมริกา	187	58.40
เอเชีย	72	22.50
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์	61	19.10
รวม	320	100.00

จากตาราง 11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีเชื้อชาติยุโรป - อเมริกา จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมาคือเชื้อชาติเอเชีย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และน้อยที่สุด คือเชื้อชาติออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานข้าราชการ -บริษัทเอกชน - ธุรกิจส่วนตัว	190	59.40
พ่อบ้าน/แม่บ้าน - ผู้เกษียณอายุ	81	25.30
นักเรียน/นักศึกษา	49	15.30
รวม	320	100.00

จากตาราง 12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอาชีพเป็นพนักงานข้าราชการ - บริษัทเอกชน - ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 59.40 รองลงมาพ่อบ้าน/แม่บ้าน - ผู้เกษียณอายุ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 อาชีพที่พบน้อยที่สุด คือนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 10,000 ดอลลาร์	123	38.40
5,001 – 10,000 ดอลลาร์	106	33.10
ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์	91	28.40
รวม	320	100.00

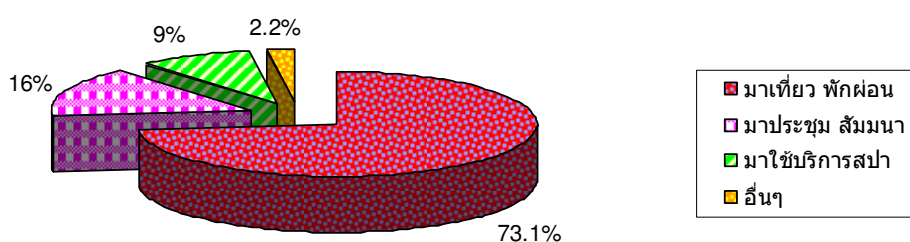
จากตาราง 13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 ดอลลาร์ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 ดอลลาร์ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.10 และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ น้อยที่สุดจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40

**ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้
บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์**

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินของ
นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาเที่ยว พักผ่อน	234	73.10
มาประชุม สัมมนา	50	15.60
มาใช้บริการสปา	29	9.10
อื่นๆ	7	2.20
รวม	320	100.00

จากตาราง 14 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือ มาเที่ยว พักผ่อน จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 รองลงมาคือมาประชุม สัมมนา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 และ มีวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น มาวันหยุด ศึกษาอยู่ที่หัวหิน พักอาศัยอยู่ที่หัวหิน มาเยี่ยมญาติ น้อยที่สุดร้อยละ 2.20 แสดงในรูปแบบภูมิวงกลมตามภาพประกอบดังนี้

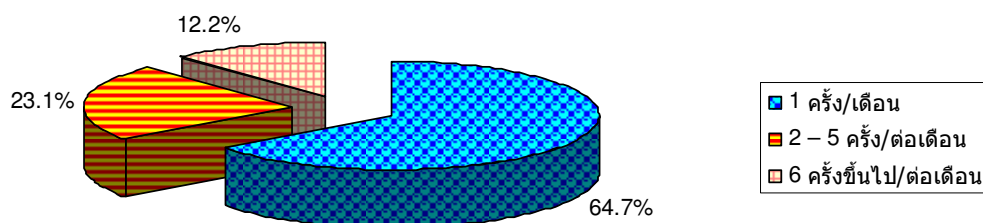


ภาพประกอบ 30 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนคนที่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ความถี่ในการใช้บริการสปา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	207	64.70
2 – 5 ครั้ง/ต่อเดือน	74	23.10
6 ครั้งขึ้นไป/ต่อเดือน	39	12.20
รวม	320	100.00

จากตาราง 15 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความถี่ในการใช้บริการสปา 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70 รองลงมามีความถี่ในการใช้บริการสปา 2 – 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และมีความถี่ในการใช้บริการสปา 6 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน น้อยที่สุดจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 แสดงในรูปแผนภูมิวงกลมตามภาพประกอบดังนี้

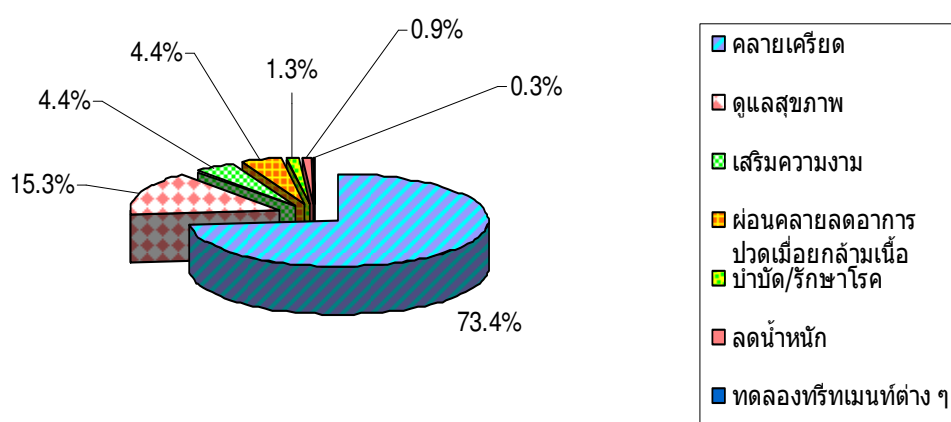


ภาพประกอบ 31 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนคนที่มีความถี่ในการใช้บริการสปา

ตาราง 16 ค่าจำนวนและร้อยละจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คลายเครียด	235	73.40
ดูแลสุขภาพ	49	15.30
เสริมความงาม	14	4.40
ผ่อนคลายลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ	14	4.40
บำบัด/รักษาโรค	4	1.30
ลดน้ำหนัก	3	0.90
ทดลองทรีทเมนต์ต่าง ๆ	1	0.30
รวม	320	100.00

จากตาราง 16 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือ คลายเครียด จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 73.40 รองลงมาคือดูแลสุขภาพ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ทดลองทรีทเมนต์ต่างๆ น้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 แสดงในรูปแผนภูมิวงกลมตามภาพประกอบดังนี้

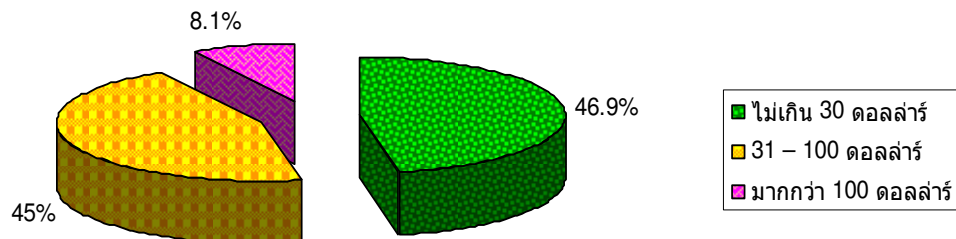


ภาพประกอบ 32 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนคนที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา

ตาราง 17 ค่าจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ดอลลาร์	150	46.90
31 – 100 ดอลลาร์	144	45.00
มากกว่า 100 ดอลลาร์	26	8.10
รวม	320	100.00

จากตาราง 17 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งไม่เกิน 30 ดอลลาร์ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมาคือ 31 – 100 ดอลลาร์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งมากกว่า 100 ดอลลาร์ น้อยที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.10 แสดงในรูปแบบภูมิวงกลมตามภาพประกอบดังนี้

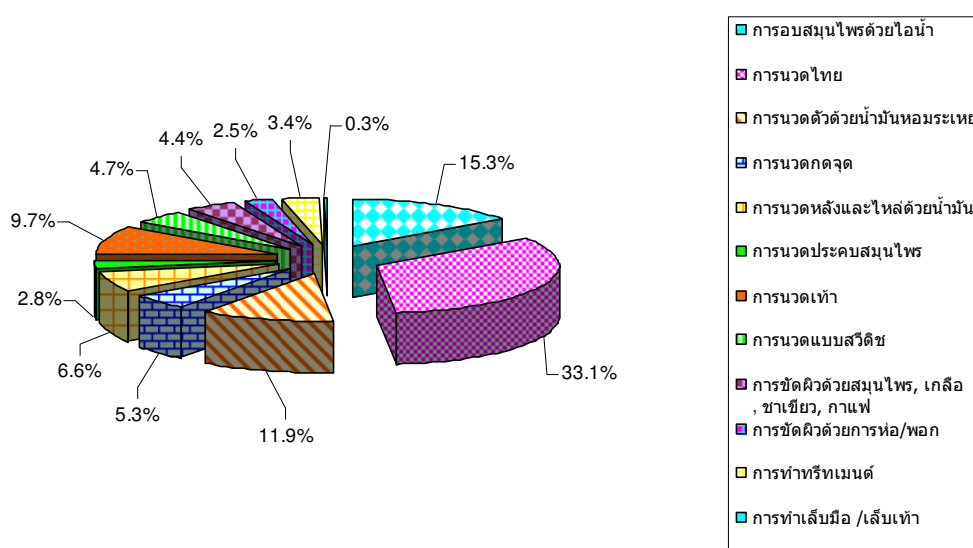


ภาพประกอบ 33 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนคนที่มียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง

ตาราง 18 ค่าจำนวนและร้อยละของบริการสปาที่มาใช้บริการมากที่สุด

บริการสปาที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การอบสมุนไพรด้วยไอน้ำ	49	15.30
การนวดไทย	106	33.10
การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย	38	11.90
การนวดกดจุด	17	5.30
การนวดหลังและไหล่ด้วยน้ำมัน	21	6.60
การนวดประคบสมุนไพร	9	2.80
การนวดเท้า	31	9.70
การนวดแบบสวีดิช	15	4.70
การขัดผิวด้วยสมุนไพร, เกลือ, ชาเขียว, กาแฟ	14	4.40
การขัดผิวด้วยการห่อ/พอก	8	2.50
การทำทรีทเมนต์	11	3.40
การทำเล็บมือ /เล็บเท้า	1	0.30
รวม	320	100.00

จากตาราง 18 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติใช้บริการสปา คือ การนวดไทย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 33.10 รองลงมาคือ การอบสมุนไพรด้วยไอน้ำ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และการทำเล็บมือ /เล็บเท้า น้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 แสดงในรูปแผนภูมิวงกลมตามภาพประกอบดังนี้



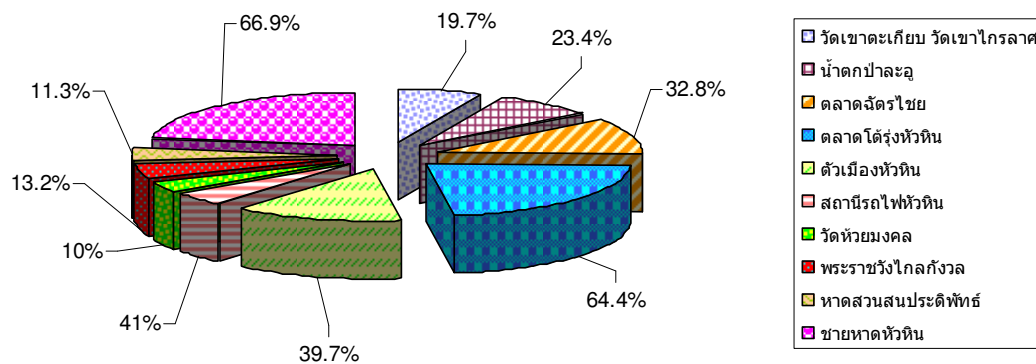
ภาพประกอบ 34 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนคนที่มาใช้บริการสปา

ตาราง 19 ค่าจำนวนและร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอหัวหิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัดเขาตะเกียบ วัดเขาไกรลาส	63	19.70
น้ำตกป่าละอู	75	23.40
ตลาดนัดไร่ไชย	105	32.80
ตลาดโต้รุ่งหัวหิน	206	64.40
ตัวเมืองหัวหิน	127	39.70
สถานีรถไฟหัวหิน	41	12.80
วัดห้วยมงคล	32	10.00
พระราชวังไกลกังวล	42	13.20
หาดสวนสนประดิพัทธ์	36	11.30
ชายหาดหัวหิน	214	66.90

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตาราง 19 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยวที่ชายหาดหัวหิน มากที่สุดร้อยละ 66.90 รองลงมาคือ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ร้อยละ 64.40 และหาดสวนสนประดิพัทธ์ น้อยที่สุดร้อยละ 11.30 แสดงในรูปแบบแผนภูมิวงกลมตามภาพประกอบดังนี้



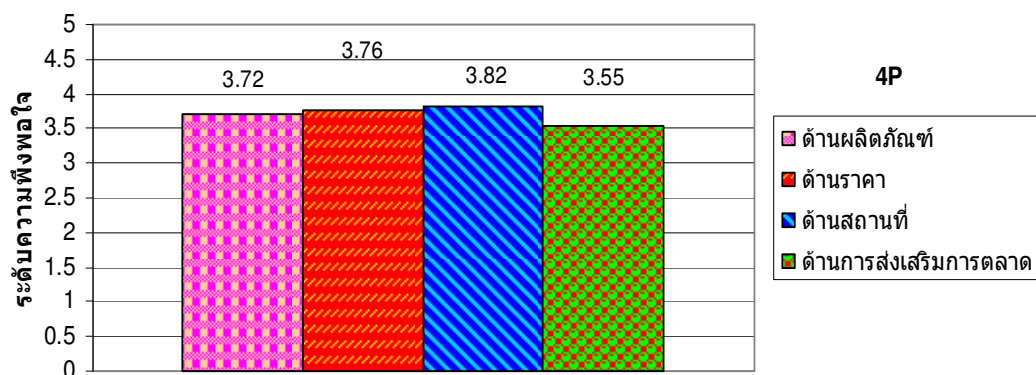
ภาพประกอบ 35 แผนภูมิวงกลมแสดงสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอหัวหิน ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย (4P) ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	0.66	มาก
ด้านราคา	3.76	0.77	มาก
ด้านสถานที่	3.82	0.59	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	0.71	มาก
รวม	3.73	0.55	มาก

จากตาราง 20 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย (4P) ในการใช้บริการสปา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ซึ่งมีระดับความพึงพอใจโดยรวม และรายด้านจัดอยู่ในระดับมาก แสดงในรูปแบบภูมิแท่งตามภาพประกอบ

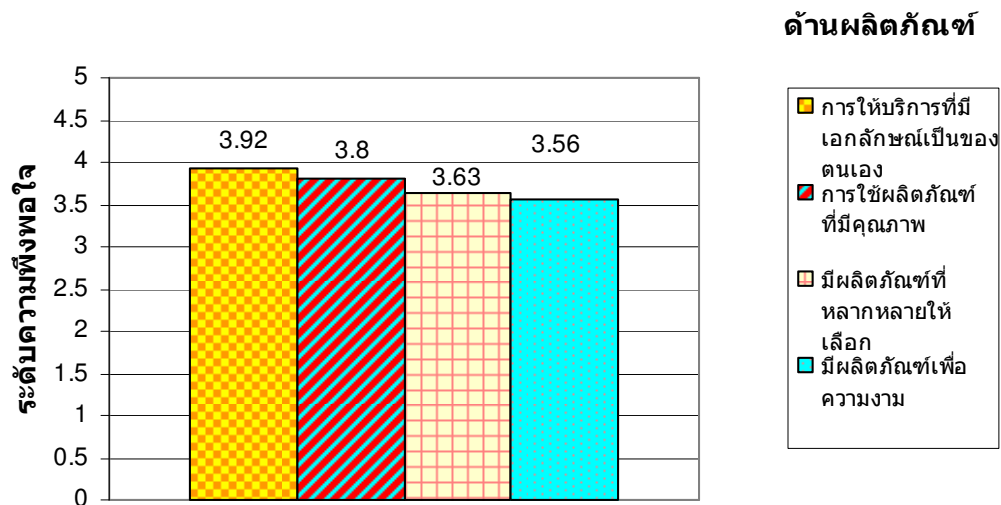


ภาพประกอบ 36 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
การให้บริการที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง	3.92	0.81	มาก
การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	3.80	0.74	มาก
มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก	3.63	0.84	มาก
มีผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เช่น สบู่สมุนไพร โลชั่น เทียนหอม น้ำมันหอม แชมพู จำหน่ายให้แก่ผู้มาใช้บริการ	3.56	0.91	มาก
รวม	3.73	0.66	มาก

จากตาราง 21 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 ซึ่งมีระดับความพึงพอใจโดยรวม และรายชื่อจัดอยู่ในระดับมาก แสดงในรูปแผนภูมิแท่งตามภาพประกอบ

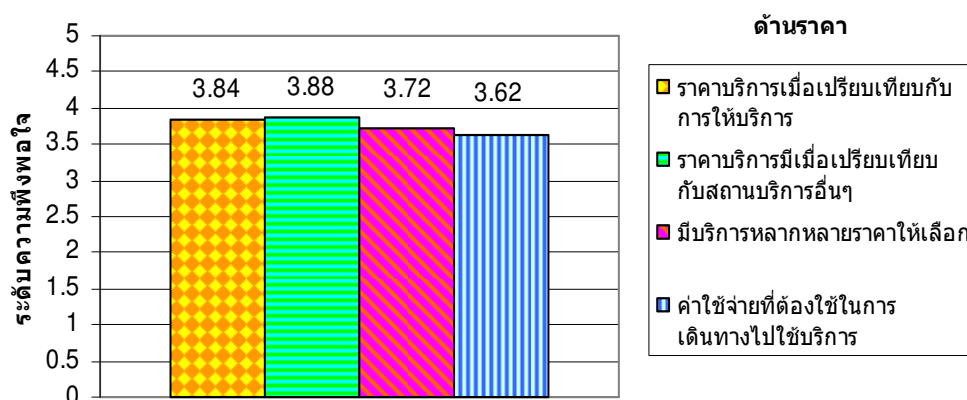


ภาพประกอบ 37 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านผลิตภัณฑ์

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ด้านราคา ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในด้านราคา	$\bar{x}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ราคาบริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับ			
คุณภาพของการให้บริการ	3.84	0.91	มาก
ราคาบริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับ			
สถานบริการอื่นๆ	3.88	0.82	มาก
มีบริการหลากหลายราคาให้เลือก	3.72	0.94	มาก
ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการเดินทางไปใช้บริการ	3.62	0.91	มาก
รวม	3.76	0.77	มาก

จากตาราง 22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 ซึ่งมีระดับความพึงพอใจโดยรวม และรายชื่อจัดอยู่ในระดับมาก แสดงในรูปแบบภูมิแท่งตามภาพประกอบ

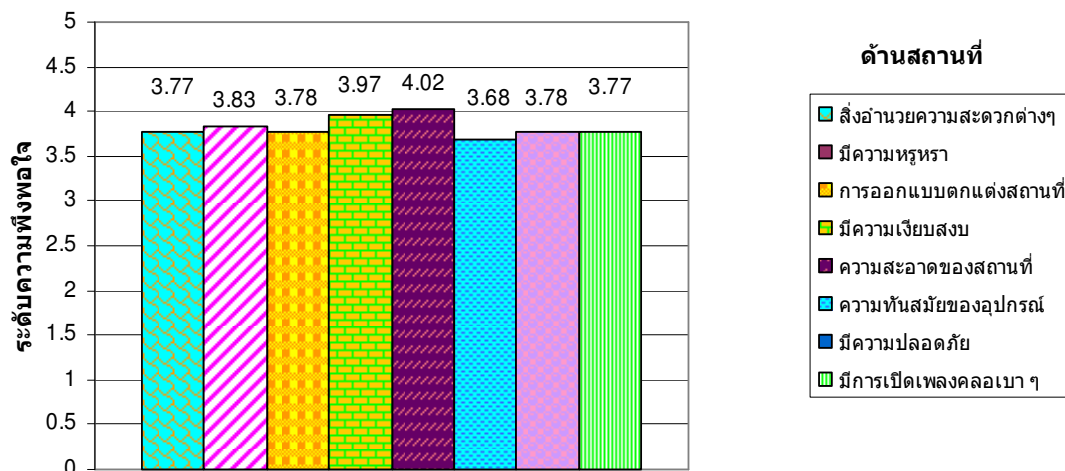


ภาพประกอบ 38 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านราคา

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ ในการใช้
บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในด้านสถานที่	$\bar{x}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	3.77	0.84	มาก
มีความหรูหรา	3.83	0.78	มาก
ความสวยงามของการออกแบบตกแต่งสถานที่	3.78	0.78	มาก
มีความเงียบสงบ	3.97	0.81	มาก
ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์	4.02	0.83	มาก
ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น อ่างน้ำวน อ่างอาบน้ำ ห้องสตรีม ห้องเซาว์น่า	3.68	0.84	มาก
มีความปลอดภัยในการดูแลทรัพย์สิน	3.78	0.85	มาก
มีการเปิดเพลงคลอเบา ๆ ในขณะที่ใช้บริการ	3.77	0.86	มาก
รวม	3.82	0.60	มาก

จากตาราง 23 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาใน
ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 ซึ่งมีระดับความพึง
พอใจโดยรวม และรายข้อจัดอยู่ในระดับมาก แสดงในรูปแบบภูมิแท่งตามภาพประกอบ

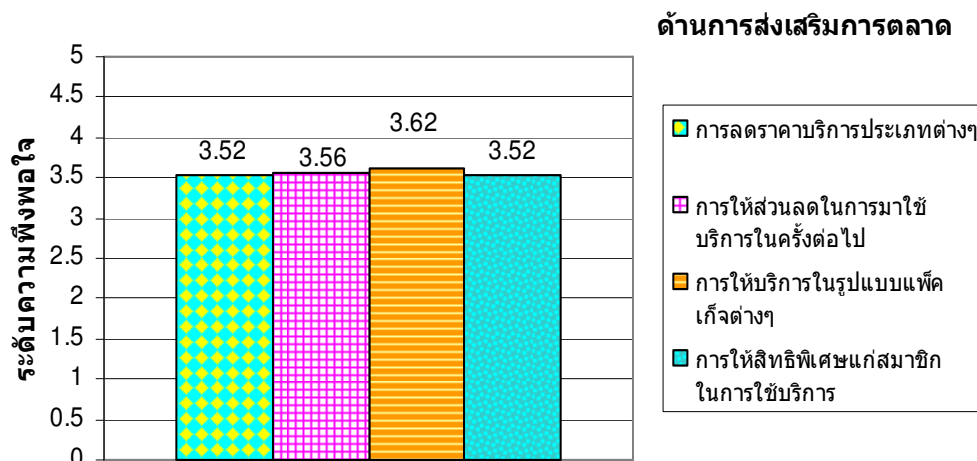


ภาพประกอบ 39 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านสถานที่

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ในด้านการ ส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	SD	ระดับความพึง พอใจ
การลดราคาบริการประเภทต่างๆ	3.52	0.91	มาก
การให้ส่วนลดในการมาใช้บริการในครั้งต่อไป	3.56	0.80	มาก
การให้บริการในรูปแบบแพ็คเกจต่างๆ	3.62	0.87	มาก
การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกในการใช้บริการ	3.52	0.87	มาก
รวม	3.56	0.71	มาก

จากตาราง 24 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ใน ด้าน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ซึ่งมีระดับความพึงพอใจ โดยรวม และรายข้อจัดอยู่ในระดับมาก แสดงในรูปแผนภูมิแท่งตามภาพประกอบ



ภาพประกอบ 40 แผนภูมิแท่งแสดงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 5 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะทำการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วย จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง บริการสปาที่ท่านมาใช้บริการ ทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่านั้น

ตาราง 25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เพศ	จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน				รวม
	มาเที่ยว	สปา	มาสัมมนา	อื่นๆ	
ชาย (คน)	140	17	31	5	193
ร้อยละ	(72.50)	(8.80)	(16.1)	(2.60)	(100.00)
หญิง (คน)	94	12	19	2	127
ร้อยละ	(74.00)	(9.40)	(15.00)	((1.60)	(100.00)
รวม (คน)	234	29	50	7	320
ร้อยละ	(73.10)	(9.10)	(15.60)	(2.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 0.478 ; \infty = 0.924$$

จากข้อมูลในตาราง 25 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน

ตาราง 26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เพศ	ความถี่ในการใช้บริการสปา			รวม
	1 ครั้ง	2 – 5 ครั้ง	> 5 ครั้ง	
ชาย (คน)	133	33	27	193
ร้อยละ	(68.90)	(17.10)	(14.00)	(100.00)
หญิง (คน)	74	41	12	127
ร้อยละ	(58.30)	(32.30)	(9.40)	(100.00)
รวม (คน)	207	74	39	320
ร้อยละ	(64.70)	(23.10)	(12.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 10.275^{**}; \infty = 0.006$$

จากข้อมูลในตาราง 26 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน เพศชายมีความถี่ในการใช้บริการสปา 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 68.90 ในขณะที่เพศหญิงมีความถี่ในการใช้บริการสปา 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 58.30

นักท่องเที่ยวเพศชายมีความถี่ในการใช้บริการสปา 2-5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 17.1 ในขณะที่เพศหญิงมีความถี่ในการใช้บริการสปา 2-5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 32.30

นักท่องเที่ยวเพศชายมีความถี่ในการใช้บริการสปามากกว่า 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 14.00 ในขณะที่เพศหญิงมีความถี่ในการใช้บริการสปามากกว่า 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 9.40

ตาราง 27 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

เพศ	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา							รวม
	คลาย เครียด	ดูแล สุขภาพ	ความ งาม	ลด น้ำหนัก	รักษา โรค	ทรีท เมนต์	ปวด เมื่อย	
ชาย (คน)	143	30	1	3	3	1	12	193
ร้อยละ	(74.10)	(15.50)	(0.50)	(1.60)	(1.60)	(0.50)	(6.20)	(100.00)
หญิง(คน)	92	19	13	-	1	-	2	127
ร้อยละ	(72.40)	(15.00)	(10.20)		(0.80)		(1.60)	(100.00)
รวม (คน)	235	49	14	3	4	1	14	320
ร้อยละ	(73.40)	(15.30)	(4.40)	(0.90)	(1.30)	(0.30)	(4.40)	(100.00)

$$\chi^2 = 23.347^{**} ; \infty = 0.001$$

จากข้อมูลในตาราง 27 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ เพศชาย มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียด รองลงมาดูแลสุขภาพ และปวดเมื่อย

ส่วนเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียด รองลงมาดูแลสุขภาพ และความงาม

ตาราง 28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

เพศ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง			รวม
	ไม่เกิน 30 \$	31 – 100 \$	> 101 \$	
ชาย (คน)	83	92	18	193
ร้อยละ	(43.00)	(47.70)	(9.30)	(100.00)
หญิง (คน)	67	52	8	127
ร้อยละ	(52.80)	(40.90)	(6.30)	(100.00)
รวม (คน)	150	144	26	320
ร้อยละ	(46.90)	(45.00)	(8.10)	(100.00)

$$\chi^2 = 3.187 ; \infty = 0.203$$

จากข้อมูลในตาราง 28 พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง

ตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบริการสปาที่มารับบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เพศ	บริการสปาที่มารับบริการ												รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ชาย(คน)	29	77	19	13	11	6	22	7	2	3	3	1	193
ร้อยละ	(15.00)	(39.30)	(9.80)	(6.70)	(5.70)	(3.10)	(11.40)	(3.60)	(1.00)	(1.60)	(1.60)	(0.50)	(100.00)
หญิง (คน)	20	29	19	4	10	3	9	8	12	5	8	-	127
ร้อยละ	(15.70)	(22.80)	(15.00)	(3.10)	(7.90)	(2.40)	(7.10)	(6.30)	(9.40)	(3.90)	(6.30)		(100.00)
รวม (คน)	49	106	38	17	21	9	31	15	14	8	11	1	320
ร้อยละ	(15.30)	(33.10)	(11.90)	(5.30)	(6.60)	(2.80)	(9.70)	(4.70)	(4.40)	(2.50)	(3.40)	(0.30)	(100.00)

$$\chi^2 = 33.445^{**} ; \infty = 0.000$$

จากข้อมูลในตาราง 29 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ เพศชายเลือกใช้บริการสปา การนวดไทย รองลงมาการอบสมุนไพรด้วยไอน้ำ และการนวดเท้า

ส่วนเพศหญิงเลือกใช้บริการสปา การนวดไทย รองลงมาการอบสมุนไพรด้วยไอน้ำ และการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย

ตาราง 30 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อายุ	จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน				รวม
	มาเที่ยว	สปา	มาสัมมนา	อื่นๆ	
ต่ำกว่า 40 ปี (คน)	122	23	27	3	175
ร้อยละ	(69.70)	(13.10)	(15.40)	(1.70)	(100.00)
40 – 50 ปี (คน)	62	5	17	2	86
ร้อยละ	(72.10)	(5.80)	(19.80)	(2.30)	(100.00)
50 ปีขึ้นไป (คน)	50	1	6	2	59
ร้อยละ	(84.70)	(1.70)	(10.20)	(3.40)	(100.00)
รวม (คน)	234	29	50	7	320
ร้อยละ	(73.10)	(9.10)	(15.60)	(2.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 11.780 ; \infty = 0.067$$

จากข้อมูลในตาราง 30 พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน

ตาราง 31 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการมาใช้บริการสปาต่อเดือนของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

อายุ	ความถี่ในการมาใช้บริการสปา ต่อเดือน			
	1 ครั้ง	2 – 5 ครั้ง	> 5 ครั้ง	รวม
ต่ำกว่า 40 ปี (คน)	116	38	21	175
ร้อยละ	(66.30)	(21.70)	(12.00)	(100.00)
40 – 50 ปี (คน)	50	23	13	86
ร้อยละ	(58.10)	(26.70)	(15.10)	(100.00)
50 ปีขึ้นไป (คน)	41	13	5	59
ร้อยละ	(69.50)	(22.00)	(8.50)	(100.00)
รวม (คน)	207	74	39	320
ร้อยละ	(64.70)	(23.10)	(12.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 2.795 ; \infty = 0.593$$

จากข้อมูลในตาราง 31 พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการสปาต่อเดือน

ตาราง 32 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

อายุ	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา							รวม
	คลายเครียด	สุขภาพ	ความงาม	ลดน้ำหนัก	รักษาโรค	ทรีทเมนต์	ปวดเมื่อย	
ต่ำกว่า 40 ปี (คน)	135	15	10	3	–	–	12	175
ร้อยละ	(77.10)	(8.60)	(5.70)	(1.70)			(6.90)	(100.00)
40 – 50 ปี (คน)	64	17	3	–	–	1	1	85
ร้อยละ	(74.40)	(19.80)	(3.50)			(1.20)	(1.20)	(100.0)
50 ปีขึ้นไป (คน)	36	17	1	–	4	–	1	59
ร้อยละ	(61.00)	(28.80)	(1.70)		(6.80)		(1.70)	(100.00)
รวม (คน)	235	49	14	3	4	1	14	320
ร้อยละ	(73.40)	(15.30)	(4.40)	(0.90)	(1.30)	(0.30)	(4.40)	(100.0)

$$\chi^2 = 45.113^{**} ; \infty = 0.000$$

จากข้อมูลในตาราง 32 พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือคลายเครียด รองลงมาคือสุขภาพ และปวดเมื่อย

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41- 50 ปี มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือคลายเครียด รองลงมาคือสุขภาพ และความงาม

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือคลายเครียด รองลงมาคือสุขภาพ และรักษาโรค

ตาราง 33 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อายุ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง			
	ไม่เกิน 30 \$	31 – 100 \$	> 101 \$	รวม
ต่ำกว่า 40 ปี (คน)	92	69	14	175
ร้อยละ	(52.60)	(39.40)	(8.00)	(100.00)
41 – 50 ปี	35	46	5	86
ร้อยละ	(40.70)	(53.50)	(5.80)	(100.00)
50 ปีขึ้นไป (คน)	23	29	7	59
ร้อยละ	(39.00)	(49.20)	(11.90)	(100.00)
รวม (คน)	150	144	26	320
ร้อยละ	(46.90)	(45.00)	(8.10)	(100.00)

$$\chi^2 = 7.090 ; \infty = 0.131$$

จากข้อมูลในตาราง 33 พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง

ตาราง 34 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบริการสปาที่ท่านมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อายุ	บริการสปาที่ท่านมาใช้บริการ												รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ต่ำกว่า 40ปี(คน)	24	57	21	10	13	2	18	10	8	4	8	-	175
ร้อยละ	(13.70)	(32.60)	(12.00)	(5.70)	(7.40)	(1.10)	(10.30)	(5.70)	(4.60)	(2.30)	(2.30)		(100.00)
41 – 50 ปี(คน)	13	33	10	5	3	4	7	3	4	2	2	-	86
ร้อยละ	(15.10)	(38.40)	(11.60)	(5.80)	(3.50)	(4.70)	(8.10)	(3.50)	(4.70)	(2.30)	(2.30)		(100.00)
50 ปีขึ้นไป (คน)	12	16	7	2	5	3	6	2	2	2	1	1	59
ร้อยละ	(20.30)	(27.10)	(11.90)	(3.40)	(8.50)	(5.10)	(10.20)	(3.40)	(3.40)	(3.40)	(1.70)	(1.70)	(100.00)
รวม (คน)	49	106	38	17	21	9	31	15	14	8	11	1	320
ร้อยละ	(15.30)	(33.10)	(11.90)	(5.30)	(6.60)	(2.80)	(9.70)	(4.70)	(4.40)	(2.50)	(3.40)	(0.30)	(100.00)

$$\chi^2 = 16.231 ; \infty = 0.804$$

จากข้อมูลในตาราง 34 พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่นักท่องเที่ยวมาเลือกใช้บริการ

ตาราง 35 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เชื้อชาติ	จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน				รวม
	มาเที่ยว	สปา	สัมมนา	อื่นๆ	
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (คน)	52	1	8	—	61
ร้อยละ	(85.20)	(1.60)	(13.10)		(100.00)
ยุโรป - อเมริกา (คน)	153	12	21	1	187
ร้อยละ	(81.80)	(6.40)	(11.20)	(0.50)	(100.00)
เอเชีย (คน)	29	16	21	6	72
ร้อยละ	(40.30)	(22.20)	(29.20)	(8.30)	(100.00)
รวม (คน)	234	29	50	7	320
ร้อยละ	(73.10)	(9.10)	(15.60)	(2.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 59.803^{**} ; \infty = 0.000$$

จากข้อมูลในตาราง 35 พบว่า เชื้อชาติที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเชื้อชาติ ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 85.20 มาใช้สปาคิดเป็นร้อยละ 1.60 มาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 13.10

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชื้อชาติยุโรป – อเมริกา มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินมาเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 81.80 มาใช้สปาคิดเป็นร้อยละ 6.40 มาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 11.20 มาเยี่ยมญาติคิดเป็นร้อยละ 0.50

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเชื้อชาติเอเชีย มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 40.30 มาใช้สปาคิดเป็นร้อยละ 22.20 มาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 29.20 และมาศึกษา มาเยี่ยมญาติ มาทำงานคิดเป็นร้อยละ 8.30

ตาราง 36 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนของ
นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

เชื้อชาติ	ความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน			
	1 ครั้ง	2 – 5 ครั้ง	> 5 ครั้ง	รวม
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (คน)	45	14	2	61
ร้อยละ	(73.80)	(23.00)	(3.30)	(100.00)
ยุโรป – อเมริกา (คน)	119	46	22	187
ร้อยละ	(63.60)	(24.60)	(11.80)	(100.00)
เอเชีย (คน)	43	14	15	72
ร้อยละ	(59.70)	(19.40)	(20.80)	(100.00)
รวม (คน)	207	74	39	320
ร้อยละ	(64.70)	(23.10)	(12.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 10.098^{**} ; \infty = 0.039$$

จากข้อมูลในตาราง 36 พบว่า เชื้อชาติที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือนักท่องเที่ยวเชื้อชาติ ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ ยุโรป – อเมริกา และ เอเชีย มีความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.80 , ร้อยละ 63.60 และร้อยละ 59.70 ตามลำดับ

ตาราง 37 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

เชื้อชาติ	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา							รวม
	คลาย เครียด	สุขภาพ	ความ งาม	ลด น้ำหนัก	รักษา โรค	ทรีท เมนต์	ปวด เมื่อย	
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (คน)	42	11	3	3	–	–	2	61
ร้อยละ	(68.90)	(18.00)	(4.90)	(4.90)			(3.30)	(100.00)
ยุโรป – อเมริกา (คน)	140	26	5	–	4	–	12	187
ร้อยละ	(74.90)	(13.90)	(2.70)		(2.10)		(6.40)	(100.00)
เอเชีย (คน)	53	12	6	–	–	1	–	72
ร้อยละ	(73.60)	(16.70)	(8.30)			(1.40)		(100.00)
รวม (คน)	235	49	14	3	4	1	14	320
ร้อยละ	(73.40)	(15.30)	(4.40)	(0.90)	(1.30)	(0.30)	(4.40)	(100.00)

$$\chi^2 = 28.834^{**} ; \infty = 0.004$$

จากข้อมูลในตาราง 37 พบว่า เชื้อชาติที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเชื้อชาติ ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียดคิดเป็นร้อยละ 68.90 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 18.00 และเพื่อความงามคิดเป็นร้อยละ 4.90

นักท่องเที่ยวเชื้อชาติยุโรป – อเมริกา มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียดคิดเป็นร้อยละ 74.90 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 13.90 และเพื่อปวดเมื่อยคิดเป็นร้อยละ 6.40

นักท่องเที่ยวเชื้อชาติเอเชีย มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียดคิดเป็นร้อยละ 73.60 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 16.70 และเพื่อทรีทเมนต์คิดเป็นร้อยละ 1.40

ตาราง 38 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เชื้อชาติ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง			
	ไม่เกิน 30 \$	31 – 100 \$	> 101 \$	รวม
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ (คน)	20	33	8	61
ร้อยละ	(32.80)	(54.10)	(13.10)	(100.00)
ยุโรป – อเมริกา (คน)	87	86	14	187
ร้อยละ	(46.50)	(46.00)	(7.50)	(100.00)
เอเชีย (คน)	43	25	4	72
ร้อยละ	(59.70)	(34.70)	(5.60)	(100.00)
รวม (คน)	150	144	26	320
ร้อยละ	(46.90)	(45.00)	(8.10)	(100.00)

$$\chi^2 = 10.524^{**} ; \infty = 0.032$$

จากข้อมูลในตาราง 38 พบว่า เชื้อชาติที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือนักท่องเที่ยวเชื้อชาติ ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง 31- 100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 54.10 รองลงมามีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 32.80 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 13.10

นักท่องเที่ยวยุโรป – อเมริกา มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา 31- 100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 7.50

นักท่องเที่ยวเอเชีย มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 31- 100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 34.70 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 5.60

ตาราง 39 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับบริการสปาที่ท่านมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เชื้อชาติ	บริการสปาที่มาใช้บริการ												รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ออสเตรเลีย (คน)	9	17	8	4	1	-	6	5	4	1	6	-	61
ร้อยละ	(14.80)	(27.90)	(13.10)	(6.60)	(1.60)		(9.80)	(8.20)	(6.60)	(1.60)	(9.80)		(100.00)
ยุโรป (คน)	26	69	21	9	16	4	15	7	8	7	7	1	187
ร้อยละ	(13.90)	(36.90)	(11.20)	(4.80)	(8.60)	(2.10)	(8.00)	(3.70)	(4.30)	(3.70)	(3.70)	(0.50)	(100.00)
เอเชีย (คน)	14	20	9	4	4	5	10	3	2	-	1	-	72
ร้อยละ	(19.40)	(27.80)	912.50)	(5.60)	(5.60)	(6.90)	(13.90)	(4.20)	(2.80)		(1.40)		(100.00)
รวม (คน)	49	106	38	17	21	9	31	15	14	8	11	1	320
ร้อยละ	(15.30)	(33.12)	(11.90)	(5.30)	(6.60)	(2.80)	(9.70)	(4.70)	(4.40)	(2.50)	(3.40)	(0.30)	(100.00)

$$\chi^2 = 31.165 ; \infty = 0.093$$

จากข้อมูลในตาราง 39 พบว่า เชื้อชาติไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่มาใช้บริการ

ตาราง 40 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อาชีพ	จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน				
	มาเที่ยว	สปา	สัมมนา	อื่นๆ	รวม
นักศึกษา (คน)	29	7	10	3	49
ร้อยละ	(59.20)	(14.30)	(20.40)	(6.10)	(100.00)
พนักงานข้าราชการ (คน)	141	12	35	2	190
ร้อยละ	(74.20)	(6.30)	(18.40)	(1.10)	(100.00)
พ่อบ้านแม่บ้าน, ผู้เกษียณอายุ (คน)	64	10	5	2	81
ร้อยละ	(79.00)	(12.30)	(6.20)	(2.50)	(100.00)
รวม (คน)	234	29	50	7	320
ร้อยละ	(73.10)	(9.10)	(15.60)	(2.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 16.653^{**} ; \infty = 0.011$$

จากข้อมูลในตาราง 40 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ อาชีพนักศึกษา มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 59.20 รองลงมาคือมาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 20.40

อาชีพพนักงานข้าราชการ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 74.20 รองลงมาคือมาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 18.40

อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมาคือมาใช้บริการสปาคิดเป็นร้อยละ 12.30

ตาราง 41 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อาชีพ	ความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน			
	1 ครั้ง	2 – 5 ครั้ง	> 5 ครั้ง	รวม
นักศึกษา (คน)	42	5	2	49
ร้อยละ	(85.70)	(10.20)	(4.10)	(100.00)
พนักงานข้าราชการ (คน)	115	56	19	190
ร้อยละ	(60.50)	(29.50)	(10.00)	(100.00)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (คน)	50	13	18	81
ร้อยละ	(61.70)	(16.00)	(22.20)	(100.00)
รวม (คน)	207	74	39	320
ร้อยละ	(64.70)	(23.10)	(12.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 22.650^{**}; \infty = 0.000$$

จากข้อมูลในตาราง 41 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ อาชีพนักศึกษา มีความถี่ในการใช้บริการสปา 1 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 85.70 รองลงมาคือ 2-5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 10.20 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 4.10

อาชีพพนักงานข้าราชการ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว มีความถี่ในการใช้บริการสปา 1 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 60.50 รองลงมาคือ 2-5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 29.50 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 10.00

อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ มีความถี่ในการใช้บริการสปา 1 ครั้ง ต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมาคือมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 22.20 และ 2-5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 16.00

ตาราง 42 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา							รวม
	คลาย เครียด	สุขภาพ	ความ งาม	ลด น้ำหนัก	รักษา โรค	ทรีท เมนต์	ปวด เมื่อย	
นักศึกษา (คน)	37	3	7	—	—	—	2	49
ร้อยละ	(75.50)	(6.10)	(14.30)				(4.10)	(100.00)
พนักงานข้าราชการ (คน)	138	32	4	—	4	—	12	190
ร้อยละ	(72.60)	(16.80)	(2.10)		(2.10)		(6.30)	(100.00)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (คน)	60	14	3	3	—	1	—	81
ร้อยละ	(74.10)	(17.30)	(3.70)	(3.70)		(1.20)		(100.00)
รวม (คน)	235	49	14	3	4	1	14	320
ร้อยละ	(73.40)	(15.30)	(4.40)	(0.90)	(1.30)	(0.30)	(4.40)	(100.00)

$$\chi^2 = 36.299^{**} ; \infty = 0.000$$

จากข้อมูลในตาราง 42 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ อาชีพนักศึกษามีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา คือ คลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาคือเพื่อความงามคิดเป็นร้อยละ 14.30 และเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 6.10

อาชีพพนักงานข้าราชการ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา คือคลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 72.60 รองลงมาคือเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 16.80 และปวดเมื่อยคิดเป็นร้อยละ 6.30

อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา คือคลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 17.30 และเพื่อความงามคิดเป็นร้อยละ 3.70

ตาราง 43 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง			รวม
	ไม่เกิน 30 \$	31 – 100 \$	> 101 \$	
นักศึกษา (คน)	34	13	2	49
ร้อยละ	(69.40)	(26.50)	(4.10)	(100.00)
พนักงานข้าราชการ (คน)	85	89	16	190
ร้อยละ	(44.70)	(46.80)	(8.40)	(100.00)
พ่อบ้าน/แม่บ้าน (คน)	31	42	8	81
ร้อยละ	(38.30)	(51.90)	(9.90)	(100.00)
รวม (คน)	150	144	26	320
ร้อยละ	(46.90)	(45.00)	(8.10)	(100.00)

$$\chi^2 = 12.777^{**} ; \infty = 0.012$$

จากข้อมูลในตาราง 43 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ อาชีพนักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 69.40 รองลงมาที่มีค่าใช้จ่าย 31-100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 26.50 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 4.10

อาชีพพนักงานข้าราชการ บริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง 31-100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาที่ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 44.70 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 8.40

อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง 31-100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 51.90 รองลงมาที่ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 38.30 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 9.90

ตาราง 44 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบริการสปาที่ใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

อาชีพ	บริการสปาที่ใช้บริการ												รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
นักศึกษา (คน)	7	8	10	2	1	2	10	1	3	1	4	-	49
ร้อยละ	(14.30)	(16.30)	(20.40)	(4.10)	(2.00)	(4.10)	(20.40)	(2.00)	(6.10)	(2.00)	(8.20)		(100.00)
ข้าราชการ (คน)	27	75	19	10	11	4	15	8	8	6	6	1	190
ร้อยละ	(14.20)	(39.50)	(10.00)	(5.30)	(5.80)	(2.10)	(7.90)	(4.20)	(4.20)	(3.20)	(3.20)	(0.50)	(100.00)
พอบ้าน (คน)	15	23	9	5	9	3	6	6	3	1	1	-	81
ร้อยละ	(18.50)	(28.40)	(11.10)	(6.20)	(11.0)	(3.70)	(7.40)	(7.40)	(3.70)	(1.20)	(1.20)		(100.00)
รวม (คน)	49	106	38	17	21	9	31	15	14	8	11	1	320
ร้อยละ	(15.30)	(33.10)	(11.90)	(5.30)	(6.60)	(2.80)	(9.70)	(4.70)	(4.40)	(2.50)	(3.40)	(0.30)	(100.00)

$$\chi^2 = 32.084 ; \infty = 0.076$$

จากข้อมูลในตาราง 44 พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่ใช้บริการ

ตาราง 45 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

รายได้ต่อเดือน	จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน				
	มาเที่ยว	สปา	สัมมนา	อื่นๆ	รวม
ไม่เกิน 5,000 \$ (คน)	62	6	20	3	91
ร้อยละ	(68.10)	(6.60)	(22.00)	(3.30)	(100.00)
5,001 – 10,000 \$ (คน)	72	18	14	2	106
ร้อยละ	(67.90)	(17.00)	(13.20)	(1.90)	(100.00)
มากกว่า 10,001 \$ (คน)	100	5	16	2	123
ร้อยละ	(81.30)	(4.10)	(13.00)	(1.60)	(100.00)
รวม (คน)	234	29	50	7	320
ร้อยละ	(73.10)	(9.10)	(15.60)	(2.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 17.182^{**} ; \infty = 0.009$$

จากข้อมูลในตาราง 45 พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 68.10 รองลงมาคือมาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 22.00

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 ดอลลาร์ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 67.90 รองลงมาคือมาใช้บริการสปาคิดเป็นร้อยละ

17.00

นักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,001 ดอลลาร์ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือมาเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 81.30 รองลงมาคือมาสัมมนาคิดเป็นร้อยละ 13.00

ตาราง 46 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน			รวม
	1 ครั้ง	2 – 5 ครั้ง	> 5 ครั้ง	
ไม่เกิน 5,000 \$ (คน)	69	16	6	91
ร้อยละ	(75.80)	(17.60)	(6.60)	(100.00)
5,001 – 10,000 \$ (คน)	54	30	22	106
ร้อยละ	(50.90)	(28.30)	(20.80)	(100.00)
มากกว่า 10,001 \$ (คน)	84	28	11	123
ร้อยละ	(68.30)	(22.80)	(8.90)	(100.00)
รวม (คน)	207	74	39	320
ร้อยละ	(64.70)	(23.10)	(12.20)	(100.00)

$$\chi^2 = 17.314^{**}; \infty = 0.002$$

จากข้อมูลในตาราง 46 พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ มีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน 1 ครั้งโดยคิดเป็นร้อยละ 75.80 รองลงมาใช้บริการ 2-5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 17.60 และมาใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 6.60

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 ดอลลาร์ มีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน 1 ครั้งโดยคิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาใช้บริการ 2-5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 28.30 และมาใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 20.80

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,001 ดอลลาร์ มีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน 1 ครั้งโดยคิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมาใช้บริการ 2-5 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 22.80 และมาใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 8.90

ตาราง 47 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

รายได้ต่อเดือน	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา							รวม
	คลายเครียด	สุขภาพ	ความงาม	ลดน้ำหนัก	รักษาโรค	ทรีทเมนต์	ปวดเมื่อย	
ไม่เกิน 5,000 \$ (คน)	70	11	7	—	1	—	2	91
ร้อยละ	(76.90)	(12.10)	(7.70)		(1.10)		(2.20)	(100.00)
5,001 – 10,000 \$ (คน)	76	20	6	3	—	1	—	106
ร้อยละ	(71.10)	(18.90)	(5.70)	(2.80)		(0.90)		(100.00)
มากกว่า 10,001\$ (คน)	89	18	1	—	3	—	12	123
ร้อยละ	(72.40)	(14.60)	(0.80)		(2.40)		(9.80)	(100.00)
รวม (คน)	235	49	14	3	4	1	14	320
ร้อยละ	(73.40)	(15.30)	(4.40)	(0.90)	(1.30)	(0.30)	(4.40)	(100.00)

$$\chi^2 = 32.573^{**} ; \infty = 0.001$$

จากข้อมูลในตาราง 47 พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือคลายเครียด โดยคิดเป็นร้อยละ 76.90 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 12.10 และเพื่อความงามคิดเป็นร้อยละ 7.70

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 ดอลลาร์ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือคลายเครียด โดยคิดเป็นร้อยละ 71.10 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 18.90 และเพื่อความงามคิดเป็นร้อยละ 5.70

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,001 ดอลลาร์ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาคือคลายเครียด โดยคิดเป็นร้อยละ 72.40 รองลงมาเพื่อสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 14.60 และเพื่อปวดเมื่อยคิดเป็นร้อยละ 9.80

ตาราง 48 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

รายได้ต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง			รวม
	ไม่เกิน 30 \$	31 – 100 \$	> 101 \$	
ไม่เกิน 5,000 \$ (คน)	69	18	4	91
ร้อยละ	(75.80)	(19.80)	(4.40)	(100.00)
5,001 – 10,000 \$ (คน)	45	53	8	106
ร้อยละ	(42.50)	(50.00)	(7.50)	(100.00)
มากกว่า 10,001 \$ (คน)	36	73	14	123
ร้อยละ	(29.30)	(59.30)	(11.40)	(100.00)
รวม (คน)	150	144	26	320
ร้อยละ	(46.90)	(45.00)	(8.10)	(100.00)

$$\chi^2 = 47.132^{**} ; \infty = 0.000$$

จากข้อมูลในตาราง 48 พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งไม่เกิน 30 ดอลลาร์ โดยคิดเป็นร้อยละ 75.80 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 31-100 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 19.80 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 4.40

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 ดอลลาร์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง 31-100 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมามีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 30 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 42.50 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 7.50

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,001 ดอลลาร์ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง 31-100 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมามีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 30 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 101 ดอลลาร์คิดเป็นร้อยละ 11.40

ตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบริการสปาที่ใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

รายได้ต่อเดือน	บริการสปาที่ใช้บริการ												รวม
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ไม่เกิน 5,000\$	12	21	17	4	5	2	14	3	5	2	6	-	91
ร้อยละ	(13.20)	(23.10)	(18.70)	(4.40)	(5.50)	(2.20)	(15.40)	(3.30)	(5.50)	(2.20)	(6.60)		(100.00)
5,001 –10,000\$	17	36	10	7	6	7	8	5	5	2	3	-	106
ร้อยละ	(16.00)	(34.00)	(9.40)	(6.60)	(5.70)	(6.60)	(7.50)	(4.70)	(4.70)	(1.90)	(2.80)		(100.00)
มากกว่า 10,001\$	20	49	11	6	10	-	9	7	4	4	2	1	123
ร้อยละ	(16.30)	(39.80)	(8.90)	(4.90)	(8.10)		(7.30)	(5.70)	(3.30)	(3.30)	(1.60)	(0.80)	(100.00)
รวม (คน)	49	106	38	17	21	9	31	15	14	8	11	1	320
ร้อยละ	(15.30)	(33.10)	(11.90)	(5.30)	(6.60)	(2.80)	(9.70)	(4.70)	(4.40)	(2.50)	(3.40)	(0.30)	(100.00)

$$\chi^2 = 31.632 ; \infty = 0.084$$

จากข้อมูลในตาราง 49 พบว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

ส่วนที่ 6 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะทำการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทำการวิเคราะห์โดยสถิติ t-Test และสถิติ One-way ANOVA (F-Test) ได้ผลดังนี้

ตาราง 50 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสัมพัทธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	ชาย (N = 193)		หญิง (N = 127)		t	Sig.
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	0.70	3.73	0.61	- 0.82	0.935
ด้านราคา	3.77	0.80	3.75	0.73	0.263	0.793
ด้านสถานที่	3.83	0.65	3.81	0.51	0.331	0.741
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.54	0.75	3.58	0.66	- 0.514	0.608

จากข้อมูลในตาราง 50 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P)

ตาราง 51 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	แหล่งความแปรปรวน					
		Df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.270	0.135	0.305	0.738
	ภายในกลุ่ม	317	140.429	0.443		
	รวม	319	140.699			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	8.257	4.128	7.139	0.001
	ภายในกลุ่ม	317	183.305	0.578		
	รวม	319	191.562			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	4.308	2.154	6.264	0.002
	ภายในกลุ่ม	317	109.003	0.344		
	รวม	319	113.311			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.793	0.397	0.781	0.459
	ภายในกลุ่ม	317	160.910	0.508		
	รวม	319	161.703			

จากข้อมูลในตาราง 51 พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านราคา และด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด

กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านราคา และสถานที่ที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังปรากฏในตาราง 4.44 และ 4.45 ดังต่อไปนี้

ตาราง 52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านราคา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

		ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย		ความคลาดเคลื่อน	Sig.
	(I) อายุ	(J) อายุ	(I – J)	มาตรฐาน	
ด้านราคา	ต่ำกว่า 40	41 – 50	0.092	0.100	0.357
		มากกว่า 51	0.430	0.110	0.000

จากข้อมูลในตาราง 52 ปรากฏว่าที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีกับ อายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่า

และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีกับ อายุมากกว่า 51 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่า

ตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในด้านสถานที่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

			ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	ความคลาดเคลื่อน	Sig.
	(I) อายุ	(J) อายุ	(I – J)	มาตรฐาน	
ด้านสถานที่	ต่ำกว่า 40	41 – 50	0.24*	0.077	0.002
		มากกว่า 51	0.21*	0.088	0.016

จากข้อมูลในตาราง 53 ปรากฏว่าที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีกับ อายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่า

และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีกับ อายุมากกว่า 51 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อายุต่ำกว่า 40 ปีมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่า

ตาราง 54 ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด(4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	แหล่งความ					
	แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.454	0.227	0.513	0.599
	ภายในกลุ่ม	317	140.245	0.442		
	รวม	319	140.699			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.975	0.987	1.651	0.194
	ภายในกลุ่ม	317	189.587	0.598		
	รวม	319	191.562			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	0.110	5.507	0.154	0.857
	ภายในกลุ่ม	317	113.201	0.357		
	รวม	319	113.311			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	1.016	0.508	1.002	0.368
	ภายในกลุ่ม	317	160.687	0.507		
	รวม	319	161.703			

จากข้อมูลในตาราง 54 พบว่า เชื้อชาติไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P)

ตาราง 55 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบ
ด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P)
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบล
หัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	แหล่งความ					
	แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.564	0.782	1.782	0.170
	ภายในกลุ่ม	317	139.135	0.439		
	รวม	319	140.699			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	7.512	3.756	6.469	0.002
	ภายในกลุ่ม	317	184.050	0.581		
	รวม	319	191.562			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	2.737	1.368	3.923	0.021
	ภายในกลุ่ม	317	110.574	0.349		
	รวม	319	113.311			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	5.614	2.807	0.005	0.946
	ภายในกลุ่ม	317	161.647	0.510		
	รวม	319	161.703			

จากข้อมูลในตาราง 55 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านราคา ด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และไม่มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาด

กล่าวคือเชื้อชาติที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้านราคา และด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ โดยวิธีของ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังปรากฏในตาราง 4.48 และ 4.49 ดังต่อไปนี้

ตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาต้านราคา ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

			ความแตกต่างของ	ความคลาด	Sig.
			ค่าเฉลี่ย	เคลื่อน	
	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	(I – J)	มาตรฐาน	
ราคา	นักศึกษา	ราชการ - เอกชน- ส่วนตัว	-0.310*	0.122	0.012
		พ่อ/แม่บ้าน-เกษียณอายุ	0.004	0.138	0.974

จากตาราง 56 ปรากฏว่าที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 อาชีพนักศึกษา กับ อาชีพพนักงานข้าราชการ - บริษัทเอกชน- ธุรกิจกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในด้านราคาโดยเฉลี่ยแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่าอาชีพนักศึกษามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจน้อยกว่า

และเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพนักศึกษา กับ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน –ผู้เกษียณอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของความพอใจที่ได้รับแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่าอาชีพนักศึกษามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่า

ตาราง 57 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาต้านสถานที่ ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

			ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย	ความคลาด	Sig.
			(I – J)	เคลื่อน	
	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ		มาตรฐาน	
สถานที่	นักศึกษา	ราชการ - เอกชน- ส่วนตัว	-0.171*	0.095	0.079
		พ่อ/แม่บ้าน-เกษียณอายุ	0.030	0.107	0.757

จากตาราง 57 ปรากฏว่าที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 อาชีพนักศึกษา กับ อาชีพพนักงานข้าราชการ - บริษัทเอกชน- ธุรกิจกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในด้านสถานที่โดยเฉลี่ยแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่าอาชีพนักศึกษามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจน้อยกว่า

และเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง อาชีพนักศึกษา กับ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน –ผู้เกษียณอายุพบว่า ค่าเฉลี่ยของความพอใจที่ได้รับแตกต่างกัน โดยมีแนวโน้มว่าอาชีพนักศึกษามีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่า

ตาราง 58 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา	แหล่งความ					
	แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	0.903	0.452	1.024	0.360
	ภายในกลุ่ม	317	139.796	0.441		
	รวม	319	140.699			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.549	0.274	0.455	0.635
	ภายในกลุ่ม	317	191.013	0.603		
	รวม	319	191.562			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	0.366	0.183	0.514	0.599
	ภายในกลุ่ม	317	112.944	0.356		
	รวม	319	113.311			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	2.387	1.194	2.375	0.095
	ภายในกลุ่ม	317	159.316	0.503		
	รวม	319	161.703			

จากข้อมูลในตาราง 58 พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด (4P)

ส่วนที่ 7 สรุปตารางการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล
นักท่องเที่ยวต่างชาติกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา และความพึงพอใจในการใช้
บริการสปา 4P ซึ่งประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้าน
ส่งเสริมการขาย

ตาราง 59 ผลการสรุปการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคล
นักท่องเที่ยวต่างชาติกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	จุดประสงค์	ความถี่	วัตถุประสงค์	ค่าใช้จ่าย	บริการสปา
เพศ	-	∞	∞	-	-
อายุ	-	-	∞	-	-
เชื้อชาติ	∞	∞	∞	∞	-
อาชีพ	∞	∞	∞	∞	-
รายได้	∞	∞	∞	∞	-

หมายเหตุ ∞ หมายถึง ค่า Significance

จากตาราง 59 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ได้ดังนี้ได้
ดังนี้

เพศ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือนและ
วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน

อายุ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน

เชื้อชาติ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติต่างกันมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมา
หาพักผ่อน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และค่าใช้จ่ายใน
การให้บริการสปาต่อครั้งที่แตกต่างกัน

อาชีพ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหาพักผ่อน
ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และค่าใช้จ่ายในการใช้
บริการสปาต่อครั้งที่แตกต่างกัน

รายได้ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีจุดประสงค์หลักในการ
เดินทางมาหาพักผ่อน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และ
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้งที่แตกต่างกัน

ตาราง 60 ผลการสรุปการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านส่งเสริมการขาย (4P)

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านส่งเสริมการตลาด
เพศ	-	-	-	-
อายุ	-	∞	∞	-
เชื้อชาติ	-	-	-	-
อาชีพ	-	∞	∞	-
รายได้	-	-	-	-

หมายเหตุ ∞ หมายถึง ค่า Significance

จากตาราง 60 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ได้ดังนี้
 อายุ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ทางด้านราคา และด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน
 อาชีพ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ทางด้านราคา และด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 8 ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทาง มาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

1. ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1.1 บริการที่ได้รับ

- การบริการควรจะมีคุณภาพและผู้ที่ให้บริการควรจะมีคุณสมบัติที่ดีกว่านี้
 จากแบบสอบถามจำนวน 25 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ

- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการมีความหลากหลายไม่เพียงพอ
 จากแบบสอบถามจำนวน 20 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการมีคุณภาพที่ดี
 จากแบบสอบถามจำนวน 8 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด สถานประกอบการสปาที่
 อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา และฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา

1.3 ปัญหาที่ท่านพบ

- บริการสปาในโรงแรมมีราคาที่แพงเกินไป
 จากแบบสอบถามจำนวน 7 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

- พนักงานบางคนพูดภาษาอังกฤษไม่ได้

จากแบบสอบถามจำนวน 20 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

1.4 ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา

- ควรจะมีการให้ส่วนลดราคา มากกว่านี้ เพราะมีราคาที่สูงมาก
- ควรจะมีการวางแผนการโปรโมทบริการต่างๆ ให้มากกว่านี้
- ควรจะรับพนักงานที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้มากกว่านี้

จากแบบสอบถามจำนวน 15 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

2. ความคาดหวังบริการสปาที่ ตำบลหัวหิน (ลักษณะการให้บริการ)

- อยากรให้สถานประกอบการสปามีความเป็นไทย ตกแต่งแบบไทยๆ ใช้

ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพรไทย

จากแบบสอบถามจำนวน 40 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

- อยากรให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากกว่านี้
- อยากรให้ปรับปรุงในด้านของราคา และค่าบริการสปาในแบบต่างๆ เพราะมี

ราคาที่สูงมาก

จากแบบสอบถามจำนวน 15 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

3. แนวทางที่จะนำไปสู่อนาคตที่คาดหวัง

- ควรจะเน้นในความเป็นไทยในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ควรจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรไทย หรือในด้านการตกแต่ง ควรจะตกแต่งแบบไทยๆ

จากแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดจากที่ทำการสำรวจ 320 ชุด

- ปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์สปาที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น

ส่วนที่ 9 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านสปา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสถานประกอบการสปา ผู้ให้บริการสปาและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งสามารถสรุปผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 61 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแก้ไขแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้านสปา

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะเพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนา
ด้านสินค้า 1. การกำหนดมาตรฐานของไทยนั้นบางส่วนไม่เข้าเกณฑ์มาตรฐานของต่างประเทศ	- ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยการจัดหาข้อมูล พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐาน ข้อจำกัดของกฎหมายต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลทางด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. สถานประกอบการจำนวนมากเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ส่งผลให้เงินตรารั่วไหลออกนอกประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากสมุนไพรไทยที่ใช้ในธุรกิจสปายังขาดมาตรฐานไม่มีการรับรองคุณภาพ	- ควรมีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การใช้สมุนไพรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้มากขึ้น - สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ของไทย เพราะประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์หรือวัสดุจากธรรมชาติที่ต่างชาติไม่มี โดยสามารถดึงจุดเด่นของสมุนไพรไทยมาเป็นจุดขายของการให้บริการสปาแบบไทย เช่น การใช้หมั่นไทย มะขามเปียกในการขัดผิว การใช้น้ำมันมะกูดผสมดอกอัญชัน ช่วยในการหมักผมทำให้ผมดกดำเงางาม - ควรมีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เพื่อจะเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ
ด้านราคา 1. ราคาบริการประเภทต่าง ๆ มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เนื่องจากการนำเข้าผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์จากต่างประเทศ 2. ไม่มีมาตรฐานในเรื่องการกำหนดราคาบริการประเภทต่าง ๆ ทำให้เกิดการตั้งราคาสูงเกินความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด และเกิดปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภคตามมา	- สนับสนุนเรื่องการใช้สมุนไพรให้มากขึ้น เพื่อเป็นการลดต้นทุนการบริการ ทำให้ราคาบริการประเภทต่าง ๆ ถูกกลง - ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควบคุมและตรวจสอบสถานประกอบการอย่างเข้มงวดและดำเนินการทางกฎหมายกับสถานประกอบการที่เอาเปรียบผู้บริโภคอย่างจริงจัง

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะเพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนา
ด้านการตลาด 1. รัฐบาลขาดการสนับสนุนการเจรจาธุรกิจระหว่างประเทศ และดำเนินนโยบายทางการตลาดอย่างจริงจัง	- ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการเจรจาธุรกิจกับต่างประเทศ เช่น การจัดทำโครงการสนับสนุนร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกันจัดทำแผนการตลาด จัดโปรโมชัน หรือจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวรวมกับแพ็คเกจการทำสปาที่หวินในราคาพิเศษ หรือมอบส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะกลับมาใช้บริการสปาอีกครั้ง
ด้านการให้บริการ 1. พนักงานให้บริการสปาบางคนไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้	- ทางสถานประกอบการสปาจึงจำเป็นต้องจัดพนักงานให้บริการสปาที่สามารถพูดคุยติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และควรที่จะหาพนักงานที่สามารถพูดภาษาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น ไว้เพื่อบริการลูกค้า เนื่องจากสถานประกอบการสปาบางร้านจะมีทัวร์ของประเทศเหล่านี้มาลง จึงจำเป็นต้องมีพนักงานให้บริการสปาที่สามารถติดต่อสื่อสารได้
2. ขาดการจัดระบบการพัฒนายาชีวะ และขาดการพัฒนาสู่ระบบการให้บริการเพื่อการส่งออก เนื่องจากไม่มีการออกไปประกอบวิชาชีพโดยเฉพาะที่ยอมรับได้ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ	- จัดให้มีศูนย์ฝึกอบรมบุคลากร โดยอาจจัดตั้งเป็นโรงเรียนเพื่อฝึกอบรมแก่ผู้ให้บริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
3. ขาดการจัดการเรียนการสอนทั้งทางวิชาการและวิชาชีพทางด้านสปาในสถานประกอบการยังผลิตบุคลากรได้ไม่เพียงพอและไม่มีความรู้ที่เพียงพอ	- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงสาธารณสุข สมาคมสปาไทยควรร่วมมือการจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงานที่เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
4. ขาดบุคลากรในระดับบริหารและพนักงานปฏิบัติการในสถานประกอบการสปาเช่น ผู้จัดการสปา นักสปาบำบัด ผู้บริหารธุรกิจสปา เป็นต้น	- ควรมีการจัดหลักสูตรสำหรับบุคลากรระดับผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติการ เพื่อให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญอย่างมืออาชีพ
5. เนื่องจากพฤติกรรมการใช้บริการสปาและความพึงพอใจในการใช้บริการสปาตาม 4P ของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติมีความต้องการที่แตกต่างกัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางเชื้อชาติไม่พอใจในการให้บริการ	- จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสปาและความพึงพอใจในการใช้บริการสปาตาม 4P ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้ทราบถึงความต้อง

ตาราง 61 (ต่อ)

ปัญหาอุปสรรค	ข้อเสนอแนะเพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนา
6. ส่วนใหญ่สถานประกอบการจะเน้นการตกแต่งร้านแบบตะวันตก ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่ชอบ	การของนักท่องเที่ยวในแต่ละเชื้อชาติ เช่น นักท่องเที่ยวหญิงชาวจีนและเกาหลี ชอบการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหยและให้พนักงานชายเป็นผู้นวดให้ เนื่องจากมีแรงกดค่อนข้างมากกว่าพนักงานหญิง - สถานประกอบการสปาควรจะหันมาให้ความสนใจในการออกแบบตกแต่งร้านโดยเน้นออกแบบตกแต่งในความเป็นไทย เปิดเพลงไทยคลอเบาๆ รวมไปถึงนำสมุนไพรไทยมาใช้ในการทำสปา
ด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ 1. ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ	- ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของคนไทยให้มีคุณภาพมาตรฐานระดับโลก เพื่อเป็นข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ - ทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจขอความร่วมมือกับสถานประกอบการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน จัดทำสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในภาคภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการโปรโมทสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยอาจนำแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามของประเทศไทยพร้อมทั้งมีการให้บริการสปาที่เน้นความเป็นไทย ทั้งการออกแบบ ตกแต่งร้าน รวมไปถึงผลิตภัณฑ์สปาที่ทำจากสมุนไพรไทย รวมไปถึงการจัดทำสื่อเผยแพร่โปรแกรมการท่องเที่ยวที่หัวหิน โดยผ่านสื่อต่างๆ ในหลายๆ ระดับ เช่น จัดทำไบโอบัวร์จัดทำโอมเพจ - ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศและต่างประเทศ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลตามขั้นตอนการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ความสำคัญของการวิจัย
3. สมมติฐานของการวิจัย
4. วิธีดำเนินการวิจัย
5. สรุปผลการวิจัย
6. อภิปรายผล
7. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานของผู้ใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ของผู้ให้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการสปาและความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการ โดยข้อมูลที่ได้สามารถนำเป็นข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในการวางแผนการกำหนดนโยบาย เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการ ตลอดจนเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการบริการ การบริหารจัดการ และพัฒนาศักยภาพของธุรกิจสปาและแหล่ง

ท่องเที่ยวบริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาใช้บริการสปาหรือท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อีกในอนาคต

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการสปาที่มี เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาแตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการสปาที่มี เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสปา แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสปาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประมาณเดือนละ 1,560 คน (จากการสังเกตการณ์ในช่วงเวลาของผู้วิจัย) ดังสถานประกอบการต่อไปนี้ สถานประกอบการสปาที่อยู่ในโรงแรม และได้ทำการแจ้งกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขตหัวหิน จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ อนันตรารีสอร์ทแอนด์สปา หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา และฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา สถานประกอบการสปาบริเวณถนนเรศดำริ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ รอยัลไทยสปา บ้านขวัญกมลมาชาจแอนด์สปา และอัมณาสปา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการสปาที่เดินทางมาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระยะเวลา 30 วัน การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมด และให้ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 74)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยทำการสร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วยจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาใช้บริการสปาที่หัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปา บริการสปาที่ใช้บริการมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปา จำนวน 20 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบไปด้วย ผลัดภักดิ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อแสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการสปาของสถานประกอบการสปา จำนวน 3 ข้อ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด ผู้วิจัยจะนำมาจัดกระทำข้อมูลโดยการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC โดยมีขั้นตอนวิเคราะห์ดังนี้

1. จัดระบบข้อมูล

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน เชื้อชาติ โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วย ประเภทบริการของสปาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง วัตถุประสงค์การให้บริการสปา โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

4. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบไปด้วย ผลัดภักดิ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐาน พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปา ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา กระทำโดยวิธีการพรรณนา (Descriptive statistics) โดยอาศัยสถิติแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ได้แก่ T-Test, One-way ANOVA (F-Test) และไคสแควร์ (Chi-square)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานทั่วไป

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ – 28 กุมภาพันธ์ 2550) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.70 นักท่องเที่ยวมีช่วงอายุในการเดินทางมาใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.70 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.90 และน้อยที่สุดมีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.40 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติยุโรป-อเมริกา คิดเป็นร้อยละ 59.40 รองลงมาคือเชื้อชาติเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 22.50 และน้อยที่สุดคือออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 19.10 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสปา มีอาชีพพนักงานราชการ-บริษัทเอกชน-ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 59.40 รองลงมาคืออาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน-ผู้เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 25.30 และน้อยที่สุดคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15.30 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 10,000 ดอลลาร์ ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมาคือ 5,001- 10,000 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 33.10 และน้อยที่สุดคือมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 28.40

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหินคือ มาเที่ยว มาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 73.10 รองลงมาคือมาประชุม สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 15.60 และมาใช้บริการสปา คิดเป็นร้อยละ 9.10 และน้อยที่สุดคืออื่นๆ เช่น มาวันหยุด ศึกษาอยู่ที่หัวหิน พักอาศัยอยู่ที่หัวหิน มาเยี่ยมญาติ น้อยที่สุดร้อยละ 2.20 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความถี่ในการมาใช้บริการสปา 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 64.70 รองลงมา 2 – 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.10 น้อยที่สุด 6 ครั้งขึ้นไป ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.20 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา คือ คลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 73.40 รองลงมาคือดูแลสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.30 และทดลองทรีทเมนต์ต่างๆ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ไม่เกิน 30 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมาคือ 31 – 100 ดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 45.00 มากกว่า 100 ดอลลาร์ขึ้นไป น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 8.10 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เลือกบริการสปาที่มาใช้บริการคือ การนวดไทย คิดเป็นร้อยละ 33.10 รองลงมาคือ การอบสมุนไพรด้วยไอน้ำ คิดเป็นร้อยละ 15.30 และการทำเล็บมือ / เล็บเท้า น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.60 ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในอำเภอหัวหิน

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกไปเที่ยวที่ชายหาดหัวหิน มากที่สุดร้อยละ 66.90 รองลงมาคือ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ร้อยละ 64.40 และหาดสวนสนประดิพัทธ์ น้อยที่สุดร้อยละ 11.30

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสปาซึ่งประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย (4P) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม และรายชื่ออยู่ในระดับมาก

ด้านราคา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาด้านราคาโดยรวม และรายชื่ออยู่ในระดับมาก

ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาด้านสถานที่โดยรวม และรายชื่ออยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสปาด้านการส่งเสริมการขายโดยรวม และรายชื่ออยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วย จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้สปาต่อครั้ง บริการสปาที่ท่านใช้บริการมากที่สุด พบว่า

เพศ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้สปาต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และบริการสปาที่มาใช้บริการ แต่มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง

อายุ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการมาใช้บริการสปา ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง และบริการสปาที่มาใช้บริการ

เชื้อชาติ มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่มาใช้บริการ

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปา ต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่มาใช้บริการ

รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่มาใช้บริการ

ตอนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานกับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ศึกษาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้าน 4P ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P ในด้านราคา และ ด้านสถานที่ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสินค้า และด้านส่งเสริมการตลาด

เชื้อชาติ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา ด้าน 4P ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P ด้านราคา ด้านสถานที่ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P ด้านสินค้า และด้านส่งเสริมการตลาด

รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4P ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า สถานประกอบการมีการบริการนักท่องเที่ยวที่น่าจะมีคุณภาพและพนักงานให้บริการสปาควรจะมี ความเชี่ยวชาญที่ดีกว่านี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ มีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายไม่เพียงพอ แต่มีคุณภาพที่ดี ส่วนปัญหาที่พบ นักท่องเที่ยวพบว่าบริการสปาที่มีราคาแพงมาก อีกทั้งพนักงานบริการสปายังไม่สามารถติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่มาใช้บริการสปาได้ ในด้านข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา ควรจะมีการให้ส่วนลดที่มากกว่านี้ เนื่องจากการบริการสปาที่มีราคาแพงมากโดยเฉพาะสถานประกอบการสปาภายในโรงแรม และควรจะมีการวางแผนในการจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อที่จะได้ให้ลูกค้าได้รับประโยชน์ที่มากกว่านี้ ที่สำคัญทางสถานประกอบการควรจะมีสมัครพนักงานที่สามารถพูดภาษาอังกฤษหรือภาษาญี่ปุ่น จีน ที่สามารถติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ได้เข้าใจมากกว่านี้ ในอนาคตข้างหน้า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังว่า อยากให้สถานประกอบการสปาที่มีความเป็นไทย ตกแต่งสถานที่แบบไทยๆ ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพรไทย และอยากให้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทำสปาที่มีคุณภาพที่ดีมากกว่านี้ และอยากให้ปรับปรุงในด้านราคาค่าบริการสปา เนื่องจากมีราคาแพงมาก ส่วนแนวทางในการดำเนินการที่จะนำไปสู่อนาคตคือ สถานประกอบการสปาควร จะเน้นในความเป็นไทยในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ควรจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรไทย หรือในด้านการตกแต่ง ควรจะตกแต่งแบบไทยๆ และปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์สปาที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ข้อเสนอแนะที่จะนำไปแก้ไขเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีดังนี้

1. ด้านสินค้า การกำหนดมาตรฐานของไทยนั้นบางส่วนไม่เข้าเกณฑ์มาตรฐานของต่างประเทศ ทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการแก้ไขปัญา โดยการจัดหาข้อมูล พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐาน ข้อจำกัดของกฎหมายต่าง ๆ รวมทั้ง

ข้อมูลทางด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. ด้านราคา ราคาบริการประเภทต่าง ๆ มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เนื่องจากการนำเข้าผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์จากต่างประเทศ อีกทั้งไม่มีมาตรฐานในเรื่องการกำหนดราคาบริการประเภทต่าง ๆ ทำให้เกิดการตั้งราคาสูงเกินความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดและเกิดปัญหาการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคตามมา ทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนเรื่องการใช้สมุนไพรมากขึ้น เพื่อเป็นการลดต้นทุนการบริการ ทำให้ราคาบริการประเภทต่าง ๆ ถูกลง รวมถึงการควบคุมและตรวจสอบสถานประกอบการอย่างเข้มงวดและดำเนินการทางกฎหมายกับสถานประกอบการที่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคอย่างจริงจัง

3. ด้านการตลาด เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาใช้บริการสปามากยิ่งขึ้น โดยทางสถานประกอบการในบริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประสานงานกับทางภาครัฐ หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกันจัดทำแผนการตลาด จัดโปรโมชั่น หรือจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวร่วมกับแพ็คเกจการทำสปาที่หัวหินในราคาพิเศษ หรือมอบส่วนลดให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะกลับมาใช้บริการสปาอีกครั้ง

4. ด้านการให้บริการ เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทางสถานประกอบการสปาจึงจำเป็นต้องจัดพนักงานให้บริการสปาที่สามารถพูดคุย ติดต่อสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และควรที่จะหาพนักงานที่สามารถพูดภาษาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น ไว้เพื่อบริการลูกค้า เนื่องจากสถานประกอบการสปาบางร้านจะมีทัวร์ของประเทศเหล่านี้มาลง จึงจำเป็นต้องมีพนักงานให้บริการสปาที่สามารถติดต่อสื่อสารในภาษาเหล่านี้ได้

5. ด้านการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ทางภาครัฐอาจขอความร่วมมือกับสถานประกอบการสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน จัดทำสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในภาคภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการโปรโมทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยอาจนำแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงามของประเทศไทยพร้อมทั้งมีการให้บริการสปาที่เน้นความเป็นไทย ทั้งการออกแบบตกแต่งร้าน รวมไปถึงผลิตภัณฑ์สปาที่ทำจากสมุนไพรไทย รวมไปถึงการจัดทำสื่อเผยแพร่โปรแกรมการท่องเที่ยวที่หัวหิน โดยผ่านสื่อต่างๆ ในหลายๆ ระดับ เช่น

5.1 ระดับชุมชน จัดทำเครื่องหมายต่างๆ เป็นทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษเพื่อแสดงถึงสถานประกอบการสปาต่างๆ ที่มีอยู่ในบริเวณหัวหิน

5.2 ระดับจังหวัด จัดทำโบชัวร์ผ่านประชาสัมพันธ์จังหวัด และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร-ภัตตาคาร โรงแรมที่พัก บริษัทธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น

5.3 ระดับภูมิภาค จัดทำโบชัวร์ ผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.4 ระดับนานาชาติ จัดทำโฮมเพจ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

อภิปรายผล

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปา ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา และปัญหาและข้อเสนอแนะ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปา

จากการศึกษาจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน คือ เที่ยวพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการสปาที่จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหัวหิน คือ เพื่อมาเที่ยว ร้อยละ 82.4

จากการศึกษาความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา มีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน คือ 1 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการ ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (กมลธรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ. 2548) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวเคยสปาในจังหวัดกระบี่ มีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน 1 ครั้ง ร้อยละ 43 และสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ มีความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน คือ 51.2

จากการศึกษาวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปา คือ คลายเครียด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพ (วิภาพร มหาชัย. 2544) โดยพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น คือ คลายเครียด ร้อยละ 78 และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา คือ คลายเครียด ร้อยละ 73.10

จากการศึกษาค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 30 ดอลลาร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 1,200 บาท ร้อยละ 44.2

จากการศึกษาบริการสปาที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด พบว่าพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา ใช้บริการมากที่สุดคือการนวดไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ใช้บริการมากที่สุดคือการนวดไทย ร้อยละ 52.9

จากการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน มากที่สุด คือ ชายหาดหัวหิน ซึ่งสอดคล้องกับ แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548 (แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548. 2548) โดยพบว่า กลุ่มสินค้าหลักในการท่องเที่ยวสำหรับตลาดต่างประเทศคือ หัวหิน-ชะอำ ร้อยละ 66.90

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา

จากการศึกษาความพึงพอใจ 4P ในด้านสินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า

ด้านสินค้า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระดับความพึงพอใจ 4P ในด้านสินค้า ในระดับมาก

ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา (วัชรภรณ์ อักษรแหลม. 2547) โดยพบว่า ราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร; และคณะ. 2547) โดยพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาที่มีต่อสปาอันดามัน ต่อสถานที่อยู่ในระดับสูง

ด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร; และคณะ. 2547) โดยพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาที่มีต่อสปาอันดามัน ต่อด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษา ปัญหาและข้อเสนอแนะ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ส่วนมาก ในการบริการสปา พนักงานน่าจะมีคุณภาพ และมีมาตรฐานให้มากกว่านี้ ผลลัพธ์ที่ใช้ น่าจะมีคุณภาพและมีความหลากหลาย และมีคุณภาพที่ดี รวมถึงบริการสปา มีราคาที่แพง และพนักงานไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย การดำเนินมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร; และคณะ. 2547) ที่กล่าวไว้ว่า ปัญหาบุคลากรที่ขาดการพัฒนานั้น ภาครัฐควรส่งเสริมการผลิตบุคลากรและพัฒนาคุณภาพการนวดแผนไทยให้ได้มาตรฐาน โดยมีแผนพัฒนาอย่างสมบูรณ์แบบ ทั้งการพัฒนากฎหมาย ไปประกอบโรคศิลปะให้สอดคล้องกับแผนผลิตบุคลากร ในส่วนของโรงเรียนสอนพนักงานในธุรกิจสปา ที่ยังขาดการกำหนดมาตรฐานหลักสูตรอบรม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันจัดทำมาตรฐานฝีมือแรงงาน และมีดัชนีมาตรฐานด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการควรจะมีมีความอ่อนน้อมยิ้มแย้มแจ่มใส และสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ และผู้ให้บริการมีความชำนาญทางด้านบริการและบริการได้ตรงตามความต้องการรวมทั้งผู้ให้บริการสามารถสื่อสารได้เข้าใจ และมีมาตรฐานทางด้านการบริการสปา ประกอบด้วย ราคาที่สมเหตุสมผล ความหลากหลายของบริการที่น่าเสนอ การใช้วัตถุดิบที่สะอาด ส่วนในอนาคตข้างหน้านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ มีความคาดหวังว่า อยากให้สถานประกอบการสปาเป็นไทย ตกแต่งแบบไทยๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย การดำเนินมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร; และคณะ. 2547) ที่กล่าวไว้ว่า ดัชนีมาตรฐานด้านสถานประกอบการ ประกอบไปด้วย ความสะอาดของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง บรรยากาศที่เงียบสงบ และ การตกแต่งสถานที่แบบไทยๆ

ตอนที่ 4 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

เพศ ที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหาหิน คำใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย การส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร (นุชสินี สุทธิบุหงา. 2548) พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปา และบริการสปาที่มาใช้บริการมากที่สุด โดยสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่องการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สุภาวดี คงเจริญ. 2535) พบว่า นักท่องเที่ยวคนไทยไม่จำกัดวัยหรืออายุ มักจะมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม โอกาส และเวลา ที่เอื้ออำนวยให้เดินทางท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับสอดคล้องกับผลงานวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว (กมลลา สุพรรณ. 2539) พบว่าช่วงเวลาและจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่าง ระหว่างเพศชายและเพศหญิง แต่ขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพ (วิภาพร มหาชัย. 2544) โดยพบว่าวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พบว่า เพศต่างกัน มีความสัมพันธ์ทางด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสปา ที่จังหวัดกระบี่

อายุ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันออกไป คือ ต่ำกว่า 40 ปี มีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการสปา คือ คลายเครียด แต่อายุ 41 – 50 ปี มีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการสปา คือ ดูแลสุขภาพ และอายุ 51 ปีขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการมาใช้บริการสปา คือ มาผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้สปาเพื่อสุขภาพ (วิภาพร มหาชัย. 2544) โดยพบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า อายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ อายุที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหาหิน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน คำใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง และบริการสปาที่ให้บริการมากที่สุด โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว (กมลลา สุพรรณ : บทคัดย่อ. 2539) พบว่าช่วงเวลาและจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความแตกต่าง ระหว่างช่วงอายุต่ำกว่า 40 ปี แต่ขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว และสอดคล้องกับผลงานวิจัย การส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร (นุชสินี สุทธิบุหงา. 2548) พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์การเลือกบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยและจำนวนวันในการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (อุบลทิพย์ ตั้งมัน ภูวดล. 2545) พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยองมากขึ้น และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย การส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร (นุชสินี สุทธิบุหงา. 2548) พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกำหนดบุคคลที่เดินทางร่วมด้วย

เชื้อชาติ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหาหิโน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัดจุดประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการบริการสปาต่อครั้ง ที่แตกต่างกัน โดยเชื้อชาติออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ มีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวหาหิโนคือ มาใช้บริการสปา ส่วนเชื้อชาติ ยุโรป – อเมริกา มาเที่ยวพักผ่อน และมาประชุม สัมมนา ส่วนเชื้อชาติเอเชีย มาเพื่อ ประชุม สัมมนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการ ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (กมลธรรณ พรหมพิทักษ์; และคณะ. 2548) โดยพบว่า เชื้อชาติที่ต่างกันมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางมาภูเก็ตที่แตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยววีรสปาทสปาลในจังหวัดภูเก็ตมาจากเชื้อชาติยุโรป-อเมริกา มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาภูเก็ต คือ มาเพื่อพักผ่อน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชียมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาภูเก็ต คือ มาประชุม สัมมนา และยังมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาที่ต่างกันอีกด้วย

นอกจากนี้เชื้อชาติที่ต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่มารับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยที่มรผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547) พบว่า เชื้อชาติไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่

อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหาหิโน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัดจุดประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (อดิสร ฉายแสง. 2548) พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีผลต่อพฤติกรรมด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน

จังหวัดนครปฐม (อารีย์ วรเวชชกุล. 2546) พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวมีหลายอาชีพในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวภายในประเทศ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม (พรพรรณ สกุลศรีจิรวัฒน์. 2548) พบว่า ประชาชนมีอาชีพที่แตกต่างกันมีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับ บริการสปาที่มาใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (ปวราณา อัจฉริยบุตร และคณะ. 2547) โดยพบว่า อาชีพที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ มีความสัมพันธ์กับบริการสปาที่มาใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาพักผ่อน ความถี่ในการใช้บริการสปาต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 10,001 ดอลลาร์ จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปามากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 ดอลลาร์ และ ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์ โดยสอดคล้องกับผลการวิจัย การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และพฤติกรรมกรการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร (นุชสินี สิทธิบุหงา. 2545: 141) พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกบุคคลและการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและยังสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร (ณัฐกานต์ โรจนุตมะ. 2542) พบว่า ในช่วงค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงจะมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครบครันเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เช่น ร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 4,500 บาท จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครบครันมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีครบครันมีรายได้ค่อนข้างสูงจะมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของการท่องเที่ยวสูงเช่นกัน

ตอนที่ 5 แสดงการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐานกับความพึงพอใจ 4P ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพื้นฐาน ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่มีความสัมพันธ์ความพึงพอใจ 4P ในการใช้บริการสปา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาใช้บริการสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

เพศ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 4P ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจ 4P ที่ไม่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับผลการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชื่อมปาสักชลสิทธิ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (พิเชษฐ บัวชุมพล. 2547) พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความ สัมพันธ์กับเพศของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และยังสอดคล้องกับกับงานผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547) พบว่า สถานที่ มีความสัมพันธ์กับเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อายุ ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 4P ด้านราคา และ ด้านสถานที่ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับกับงานผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547) พบว่า สถานที่ มีความสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นอกจากนี้อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 4P ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชื่อมปาสักชลสิทธิ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (พิเชษฐ บัวชุมพล. 2547) พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

เชื้อชาติ ที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 4P ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547) พบว่า เชื้อชาติที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับอัตราค่าบริการสปา อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 4P ด้านราคา และ ด้านสถานที่ ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับกับงานผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ (อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547) พบว่า สถานที่ มีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นอกจากนี้รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ 4P ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย ปาสักชลสิทธิ์ของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย (พิเชษฐ บัวชุมพล. 2547) พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากว่าในปัจจุบันนี้ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้วกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่จะมาใช้บริการสปาในประเทศไทย ดังนั้นจากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ซึ่งเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสปา และความพึงพอใจ 4P ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษานี้สามารถที่จะนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานของภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา ในการที่จะปรับปรุงพัฒนาธุรกิจสปาให้ดีขึ้นได้ ตลอดจนอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจสปาในอนาคต เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจสปา ว่ามีพฤติกรรมการใช้บริการสปา และความพึงพอใจในบริการสปาแบบใด

1. ควรให้พนักงานที่ให้บริการสปามีความเชี่ยวชาญ ชำนาญในการให้บริการสปาในแต่ละรายการ และผลิตภัณฑ์สปา ควรจะคุณภาพและใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่ทำจากสมุนไพรไทย เพื่อเป็นการพัฒนาให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้บริการสปาเพิ่มมากขึ้น
2. สถานประกอบการสปา ควรจะเลือกผลิตภัณฑ์สปา ที่มีความหลากหลาย ให้มากกว่านี้รวมถึงในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้มากกว่านี้ด้วย
3. สถานประกอบการสปาควรจะต้องอบรมภาษาอังกฤษให้กับพนักงาน หรือรับพนักงานที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้
4. สถานประกอบการสปา ควรจัดโปรโมชั่น หรือ แพคเกจ ให้มากกว่านี้ หรือควรมีส่วนลดต่างๆ เนื่องจากบริการสปาในบางรายการมีราคาแพงมาก
5. สถานประกอบการสปา ควรจะเน้นในความเป็นไทยในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ควรจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรไทย หรือในด้านการตกแต่ง ควรจะตกแต่งแบบไทยๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาในตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด จึงควรทำการวิจัยโดยให้มีความครอบคลุมจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวใน ภูมิภาคต่างๆ เพื่อที่จะได้ข้อมูลมาบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสปาภายในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายหาดอื่นๆ เพื่อที่จะนำ

ผลการวิจัยมาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม เพื่อเป็น
ประโยชน์ในการวางแผนการจัดการ ปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- เกิดศิริ เจริญวิศาล; และ อำพร วิริยโกศล. (2542). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติตะรุเตา*. สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์มหาวิทยาลัยฯ. ถ่ายเอกสาร.
- กมลธรรณ พรหมพิทักษ์; และ คณะ. (2548). *โครงการศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่ จังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ถ่ายเอกสาร.
- กมลวัลย์ กี่สุวรรณ; และยูดี. (2542). *การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ทางเลือกในปี 1999*. Ecotourism Ntework ฉบับที่ 31. กรุงเทพฯ.
- กมล สุพรรณ. (2539). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของเยาวชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหาร และวิจัย*. กรุงเทพฯ: ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism)*. ถ่ายเอกสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *การพัฒนาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- คู่มือการท่องเที่ยวประจวบคีรีขันธ์ (2542). *เนื้อที่ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.relaxzy.com/province/prachuapkhirikhan/index.html>.
- คู่มือการท่องเที่ยวหัวหิน – เขาหิน เหล็ก ไฟ. (2546). *พระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว บริเวณเขาหินเหล็กไฟ*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2550, จาก <http://www.thailand-huahin.com/t-pictures-photos-khao-hin-lek-fai.htm>
- คู่มือการท่องเที่ยวหัวหิน. (2548). *สถานประกอบการสปาทำการศึกษาบริเวณตำบลหัวหิน อำเภอหัว หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2549, จาก <http://www.thailand-huahin.com/t-thailand-huahin-maps.htm>.
- จริญญา เจริญสุขใส; และ สุวัฒน์ จุฑากรณ์. (2544). *แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.
- จิตรสินี สนิท. (2548). *ทัศนคติ พฤติกรรม และความต้องการใช้บริการสปาของกำลังพล และครอบครัวในค่ายศรีพัชรินทร*. รายงานการศึกษาอิสระ วท.ม. (การจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพ). ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.

- จุลสารการท่องเที่ยว ฉบับที่ 1/2546. (2546). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ถ่ายเอกสาร.
- ชนิดา บุญประเสริฐ. (2547). *บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในเขตกรุงเทพมหานครในทัศนะของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ณัฐกานต์ โรจนุตมะ. (2542). *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ตราประจำจังหวัด. (2535). *ตราประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.khonthai.com/Vitithai/mark.html>.
- เทพนม เมืองแมน; และสรวง สุวรรณ . *พฤติกรรมองค์กรการ*. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช จำกัด , 2540.
- เทศบาลเมืองหัวหิน. (2547). *สภาพพื้นที่เมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2549, จาก http://www.huahin.go.th/about_history.asp.
- ท่องเที่ยวหัวหิน. (2540). *ต้นไม้ประจำจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.mc41.com/special/tree-province.htm>.
- นภลัย อาริสรณ์. (2548). *ธุรกิจสปาไทย : ใต้เงาฟ้าปัจจุบัน*. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2549, จาก <http://www.tax-thai.com>.
- นิรมล ปั่นทอง. (2549). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2549, จาก http://www.geocities.com/ob_cute/
- นิรันดร์ ทัพไชย. (2547). *ม.ป.ป. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8*. ถ่ายเอกสาร.
- นุชสินี สุทธิบุหงา. (2548). *การส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2547). *การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลในการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 10 – 12*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เอส. พี. เอ็น. การพิมพ์.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศรีอนันต์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. ไฟว์ แอนด์ ไฟว์.

- ปัทมิตา ตันติเวชกุล. (2546). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: หอสมุดแห่งชาติ. ถ่ายเอกสาร.
- ประคอง กรรณสูตร. (2538). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: หอสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ปรากรม วุฒิพงศ์ และคณะ. *ระบบประกันสุขภาพของไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงแดด, 2540.
- แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548. (2548). *แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548*. กรุงเทพฯ: หอสมุด ททท. ถ่ายเอกสาร.
- แผนที่ทั่วไทย. (2545). *พื้นที่โดยรอบของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2549, <http://www.moohin.com/cgi-bin/sp.pl?img1=http://www.moohin.com/005/map/3145.gif>.
- พจนา สงวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2543). *การพัฒนาที่ยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธนรัช.
- พิเชษฐ บัวชุมพร. (2547). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงปาลักษณ์สิทธิ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การจัดการ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545, พฤศจิกายน). *แล ล่อง ท่องนิเวศน์*. อนุสาร อสท.
- วรรณ วรชวานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรารุณ ศิลปะอาษา. (2546). *โพสต์ทูเดย์ บันไทยศูนย์กลางสุขภาพ ตั้งเป้าดึงรายได้แสนล้าน*. หน้า 2: ถ่ายเอกสาร.
- วัชรภรณ์ อักษรแหลม. (2547). *การศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- วารินทร์ สินสูงสุด; และ วันทิพย์ สินสูงสุด. (2546). *การวัดความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สยามมิตรการพิมพ์. ถ่ายเอกสาร.
- วิภาพร มหาชัย. (2544). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ศรีัญญา วรากุลทวิชัย. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เฟื่องฟ้า

- เสาวนีย์ กันทะแสน. (2545). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2539). *Ecotourism* เอกสารประกอบการระดมความคิดเห็น โครงการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ 15 ตุลาคม 2539 กรุงเทพฯ.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2540). รายงานผลการวิจัย เรื่องนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับการท่องเที่ยว. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ถ่ายเอกสาร.
- สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.). สมาคม (2546) รายงานขั้นสุดท้าย ฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อน. กรุงเทพฯ: ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). รายงานการประเมินนโยบายเศรษฐกิจรากหญ้าและหลักประกันสังคม: เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2546 เรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน.
- สุชาวลี สุทธิคะเนิง. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุธีรัตน์ เจียรอดิศักดิ์. (2548). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตวัฒนา. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุนีย์ เหมะประสิทธิ์. (2536). สถิติประยุกต์เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี คงเจริญ. (2535). การศึกษาทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการทางวัฒนธรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- หัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ ท่องเที่ยว. (2542). แหล่งท่องเที่ยวหัวหิน. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2549, จาก <http://www.thai-tour.com/thai-tour/Central/Prachuab/data/place/huahin.htm>.
- อดิสร ฉายแสง. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. ปรินญาณิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

- อรรณณ ภาชีรักษ์. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของเดย์สปาในย่านสุขุมวิท. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร
- อัศวิน นววงศ์. (2540). โรงแรมพักตากอากาศเพื่อสุขภาพ จังหวัดเชียงราย. ปรินญาสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อารีย์ เพชรผุด. (2530). มนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน. กรุงเทพมหานคร : เนติกุลการพิมพ์
- อุดมศักดิ์ แนวจิตร. (2544). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูาดล. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเล จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- All Resort Thailand. (2546). ประเทศไทยในส่วนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์พร้อมบอกสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบ. สืบค้น เมื่อ 7 มกราคม 2550, จาก <http://www.allresortthailand.com/thai/huahin/huahinfo.html>.
- Allen, T.J. (1998). *Roman Healing Spas in Italy: A Case Study in Design and Function*. Retrived 25 December 2005, from <http://www.lib.cmu.ac.th/scidirect.html>.
- Anantara. (2005). อนันตารีสอร์ทแอนด์สปา. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2550, จาก <http://www.anantara.com/>
- At Thailand Map. (2005). ขอบเขตของพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งตามอำเภอ. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2549, จาก <http://www.athailand.com/cgi-bin/AthMfShow/Show03a.pl?P=i&M=GulfWest&N=nz1>.
- Barbier, E. B. (1987) *The Concept of Sustainable Economic Development Environment Conservation*.
- Cockerell, M. (1966). *Spa and Health Resorts in Europe*. San Francisco: Jossey Bass Inc. Publishers.
- Gunn, C. A. (1994). *Travel and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*. New York: John Wiley & Sons.Inc.
- Hardi, P. and Z Terrence (1997) *Assessing Sustianable Development : Principles in Practice*. Manitoba: International Institute for Sustainable Development.

- Hilton Resorts. (2003). *ฮิลตันหัวหินรีสอร์ทแอนด์สปา*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2550, จาก <http://www.hiltonworldresorts.com/Resorts/HuaHin/gallery/index.html>
- Hua Hin Pictures. (2547). *ร้านขายเครื่องดื่มค็อกเทลในตลาดโต้รุ่งหัวหิน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2550, จาก <http://huahinpictures.thailand-huahin.com/>
- Marriott. (2003). *สถานประกอบการสปาที่ หัวหินแมริออทรีสอร์ทแอนด์สปา*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2550, จาก <http://marriott.com/hotels/travel/hhqmc-hua-hin-marriott-resort-and-spa/>
- Mcintoch, R.W. and Goeldner, C.R. (1995). *Principle, Practice, Philosophies*. 6th ed. John Wiley and Sons, Inc., New York.
- Pearce; et.al. (1990) *Sustainable Development Economic and Environment in the Third World*. Aldershot, Hants England: Edward Elgar Publication.
- Pond, Kathleen Lingle. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Row, Megan. (1998). *Spotlight on Spas. Lodging Hospitality. Vol .54*. 2 February 2006, from <http://dbonline2.lib.cmu.th/mds/detail.nsp>
- World Tourism Organization. (1997). *Tourism 2020 Vision*. Madrid: WTO

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ที่ ศธ 0519.12/1๖๗



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ประธานสาขาเทคโนโลยีภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

เนื่องด้วย นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระภัทร สามารถ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จิระเดชากุล)

กณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานกณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ: สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติ โทรศัพท 02-883-6147 มือถือ 086-993-3775



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5646 , 5731

ที่ ศธ 0519.12/1266

วันที่ 30 มกราคม 2550

เรื่อง ขออนุมัติเสนอเรื่องให้ผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนการจัดการ
การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปฏิญานิพนธ์ เรื่อง
“การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปฏิญานิพนธ์ และ
อาจารย์พรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปฏิญานิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ
อาจารย์มนัส บุญประกอบ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรงแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จึงเรียนมาเพื่อขออนุมัติเสนอ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้
นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเชชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 0519.12/๗ ๖ ๘

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุโขวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

๓๐ มกราคม 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ประธานสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

เนื่องด้วย นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไวยเรศ ลิบลับ เป็นผู้ช่วยชาญตรวจแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปาบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จิระเชชากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731, 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิติ โทรศัพท 02-883-6147 มือถือ 086-993-3775

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. ดร.มนัส บุญประกอบ | ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระพีพร สามารถ | ประธานสาขาเทคโนโลยีภูมิศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอยเรศ ลิบลับ | ประธานสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

ที่ ศธ 0519.12/ 1๒๖๑



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มกราคม 2550

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ Spa's Essence Anantara Hua Hin Resore & Spa

เนื่องด้วย นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์พรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยขอให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา จำนวน 19 คน ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 – เดือนกุมภาพันธ์ 2550

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 086-993-3775

ที่ ศธ 0519.12/ ๗๖๔



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มกราคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ Mandara Spa Marriott Resort & Spa

เนื่องด้วย นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา จำนวน 12 คน ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยวตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 – เดือนกุมภาพันธ์ 2550

จึงเรียนมาเพื่อขอบความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 086-993-3775

ที่ ศธ 0519.12/1๖๖3



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มกราคม 2550

เรื่อง ขออนุมัติโครงการวิจัย

เรียน ผู้จัดการร้านสปา Hilton Hua Hin Resort & Spa

เนื่องด้วย นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรรศนียา ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา จำนวน 12 คน ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 – เดือนกุมภาพันธ์ 2550

จึงเรียนมาเพื่อขออนุมัติโครงการ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 086-993-3775

ที่ ศธ 0519.12/ 1๖๖๖



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

3๐ มกราคม 2550

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการร้าน Royal Thai Spa

เนื่องด้วย นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยขอให้ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา จำนวน 123 คน ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 – เดือนกุมภาพันธ์ 2550

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 086-993-3775

ที่ ศธ 0519.12/ 1๖๖1



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

30 มกราคม 2550

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการร้าน Baan Kwankamon Massage & Spa

เนื่องด้วย นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรงศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา จำนวน 92 คน ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 – เดือนกุมภาพันธ์ 2550

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวรลักษ์ณ์ เขียวมีส่วน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063, 02-6641000 ต่อ 5731, 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 086-993-3775

ที่ ศธ 0519.12/1๖7๐



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

๓๐ มกราคม 2550

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการร้าน Amana Spa

เนื่องด้วย นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมี รองศาสตราจารย์ทรศनिया ศักดิ์ดี ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ และ อาจารย์พรณี บุญประกอบ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยขอให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการสปา จำนวน 62 คน ตอบแบบสอบถามเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือนมกราคม 2550 – เดือนกุมภาพันธ์ 2550

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-6495063 , 02-6641000 ต่อ 5731 , 5646

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต มือถือ 086-993-3775

ภาคผนวก ง

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

เรื่อง

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสปา
บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปา

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากท่าน

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้โดยใช้เครื่องหมาย $\checkmark$ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้จากท่าน ผู้วิจัยจะปกปิดไว้เป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์รวบรวมในเชิงเนื้อหาเพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 40 ปี

() 2. 41 – 50 ปี

() 3. 51 ปีขึ้นไป

3. สัญชาติ

() 1. ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์

() 2. ยุโรป - อเมริกา

() 3. เอเชีย

4. อาชีพ

() 1. นักศึกษา

() 2. พนักงานข้าราชการ - บริษัทเอกชน - ธุรกิจส่วนตัว

() 3. พ่อบ้าน/แม่บ้าน - ผู้เกษียณอายุ

5. รายได้ต่อเดือน

() 1. ไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์

() 2. 5,001 – 10,000 ดอลลาร์

() 3. มากกว่า 10,001 ดอลลาร์

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการสปา

1. จุดประสงค์หลักในการเดินทางมาหาหิน

☐ 1. มาเที่ยว พักผ่อน	☐ 2. มาใช้บริการสปา
☐ 3. มาประชุม สัมมนา	☐ 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ความถี่ในการใช้บริการสปาของท่าน จำนวน.....ครั้งต่อ/เดือน

☐ 1. 1 ครั้ง	☐ 2. 2 – 5 ครั้ง
☐ 3. 6 ครั้งขึ้นไป	
3. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. คลายเครียด	☐ 2. ดูแลสุขภาพ
☐ 3. เสริมความงาม	☐ 4. ลดน้ำหนัก
☐ 5. บำบัดรักษาโรค	☐ 6. ทดลองทรีทเมนต์ต่าง ๆ
☐ 7. ผ่อนคลายลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ	☐ 8. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง

☐ 1. ไม่เกิน 30 ดอลลาร์	☐ 2. 31 – 100 ดอลลาร์
☐ 3. มากกว่า 101 ดอลลาร์	
5. บริการสปาที่ท่านมาใช้บริการมากที่สุด

☐ 1. การอบสมุนไพรด้วยไอน้ำ (Thai Herbal Stream)
☐ 2. การนวดไทย (Thai Massage)
☐ 3. การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aroma Massage)
☐ 4. การนวดกดจุด (Deep Tissue “Sports” Massage)
☐ 5. การนวดหลังและไหล่ด้วยน้ำมัน (Back Massage with Oil)
☐ 6. การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage)
☐ 7. การนวดเท้า (Foot Relief)
☐ 8. การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage)
☐ 9. การขัดผิวด้วยสมุนไพร, เกลือ, ชาเขียว, กาแฟ (Body Scrub with Herbal, Salt, Green tea, Thai coffee)
☐ 10. การขัดผิวด้วยการห่อ/พอก (Body Wrap)
☐ 11. การทำทรีทเมนต์ (Facial Treatment)
☐ 12. การทำเล็บมือ / เล็บเท้า (Manicure/Pedicure)
☐ 13. การทำสปาผม (Hair Spa)
☐ 14. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| () 1. วัดเขาตะเกียบ วัดเขาไกรลาส | () 2. น้ำตกป่าละอู |
| () 3. ตลาดฉัตรไชย | () 4. ตลาดโต้รุ่งหัวหิน |
| () 5. ตัวเมืองหัวหิน | () 6. สถานีรถไฟหัวหิน |
| () 7. วัดห้วยมงคล | () 8. พระราชวังไกลกังวล |
| () 9. หาดสวนสนประดิพัทธ์ | () 10. ชายหาดหัวหิน |
| () 11. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการสปา

กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านในหัวข้อประเด็นต่อไปนี้

ประเด็นพิจารณา	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. การให้บริการที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง					
2. การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ					
3. มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายให้เลือก					
4. มีผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เช่น สบู่สมุนไพร โลชั่น เทียนหอม น้ำมันหอม แชมพู จำหน่าย ให้แก่ผู้มาใช้บริการ					
ด้านราคา					
5. ราคาบริการมีความเหมาะสมเมื่อ เปรียบเทียบกับคุณภาพของการให้บริการ					
6. ราคาบริการมีความเหมาะสมเมื่อ เปรียบเทียบกับสถานบริการอื่นๆ					
7. มีบริการหลากหลายราคาให้เลือก					
8. ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการเดินทางไปใช้ บริการ					
ด้านสถานที่					
9. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ					
10. มีความหรูหรา					
11. ความสวยงามของการออกแบบตกแต่ง สถานที่					

ประเด็นพิจารณา	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. มีความเจียบสบ					
13. ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์					
14. ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น อ่างนํ้าวน อ่างอาบน้ำ ห้องสตรัม ห้องเซาว์น่า					
15. มีความปลอดภัยในการดูแลทรัพย์สิน					
16. มีการเปิดเพลงคลอเบา ๆ ในขณะที่ใช้ บริการ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
17. การลดราคาบริการประเภทต่างๆ					
18. การให้ส่วนลดในการมาใช้บริการในครั้ง ต่อไป					
19. การให้บริการในรูปแบบแพ็คเกจต่างๆ					
20. การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกในการใช้ บริการ					

ตอนที่4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากท่าน

1. กรุณาให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับบริการที่จัดให้ ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงข้อเสนอแนะ

1.1 บริการที่ได้รับ.....

.....

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการ.....

.....

1.3 ปัญหาที่ท่านพบ.....

.....

1.4 ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหา.....

.....

2. ในอนาคตข้างหน้าท่านคาดหวังว่าบริการสปาที่ ตำบลหัวหิน นั้นควรมีลักษณะแบบใด
กรุณาให้รายละเอียด

.....

.....

.....

3. แนวทางที่จะนำไปสู่นาคตดังกล่าวในข้อ 2 ท่านคิดว่าควรจะมีการดำเนินการเป็นอย่างไรบ้าง ในภาพรวม

.....

.....

.....

.....ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม.....

น.ส.วรลักษณ์ เขียวมีส่วน

ผู้วิจัย

Spa Customer Survey

*Case Study for a Health Spas: The Tourism area of Tambol Huahin Amphur HuaHin
Prachuap Khiri-Khan Province*

Introduction

The questionnaire consists of 4 parts

- Part 1: Personal Information
- Part 2: Tourists behaviour in the Spa
- Part 3: Satisfaction of Spa Service
- Part 4: Suggestions

Please feel free to make your appropriate selection by using a checkmark ✓ in the (), or fill the answer in the blank. Most questions require only one choice, unless specified.

Part 1 : General Information

1. Gender

- () 1. Male () 2. Female

2. Age (years)

- () 1. Under 40 () 2. 40 – 50
() 3. Over 50

3. Nationality

- () 1. Australia / New Zealand () 2. Europe/ American
() 3. Asia

4. Occupation

- () 1. Student
() 2. Government officer/ Company's employee/ Business owner
() 3. Homemaker/ Retired

5. What is your income?

- () 1. Not over 5,000 \$ () 2. 5,001 – 10,000 \$
() 3. Over 10,000 \$

Part 2: Tourist behaviour in Spa visit

1. What is your main purpose of visiting Huahin?

- () 1. Relaxation () 2. Spa visit
() 3. Work/ Seminar () 4. Other (please specify).....

2. How often do you visit a Spa?

The frequency of my Spa visits are about times per month.

- () 1. 1 () 2. 2 – 5 () 3. more than 5

3. What is your main purpose for visiting a Spa?

- () 1. Relaxation () 2. Health/Wellbeing
() 3. Beauty () 4. Weight control
() 5. Medical treatment () 6. Spa's treatment trial
() 7. Muscle pain relief () 8. Other (please specify).....

4. How much do you spend on an average visit to a Spa?

- () 1. Not over 30 \$ () 2. 31 – 100 \$
() 6. Over 100 \$

5. What are your favorite Spa services?

- () 1. Thai Herbal Stream () 2. Thai Massage
() 3. Aroma Massage () 4. Deep Tissue "Sports" Massage
() 5. Back Massage with Oil () 6. Thai Herbal Massage
() 7. Foot Relief () 8. Swedish Massage
() 9. Body Scrub with Herbal, Salt, Green tea, Thai coffee
() 10. Body Wrap () 11. Facial Treatment
() 12. Manicure/Pedicure () 13. Hair Spa
() 14. Other (please specify).....

6. Where else would you like to go in HuaHin? (Please choose more than 1 option)

- () 1. Wat Khao Takiab – Wat Khao Kriraj () 2. Pa-la-u Waterfall
() 3. Chat chai Night Market () 4. HuaHin Night Market
() 5. In the city HuaHin () 6. HuaHin railway station
() 7. Wat Haui-monk-khon () 8. Wang Klai Kang Won Palace
() 9. Suan Son Pradiphat Beach () 10. HuaHin Beach
() 11. Other (please specify).....

Part 3: Your level of satisfaction towards the Spa you are visiting.

Please check ☒ in the box corresponding to your level of satisfaction regarding the following issues.

Examination of Issue	Satisfaction				
	Most	More	Moderate	Less	Least
Product					
1. The characteristic of spa services.					
2. A quality of products.					
3. Many products to choose from.					
4. Spa has a wide range of health products to sell to customers such as herbal, soap, lotions, aroma candle, aroma shampoo etc.					
Price					
5. A service choice are reasonable when you compare with quality of services.					
6. A service choice are reasonable when you compare with other spa enterprise.					
7. There are several prices in the product range.					
8. A service has variety price.					
Place					
9. The accommodations are completely.					
10. Luxury.					
11. The spa is well decorated.					
12. Spa has a peaceful atmosphere.					
13. The facilities and accessories are clean and well sanitized.					
14. Fitness room, steam room and sauna room are trendy.					
15. How to protect things safely.					
16. Music is turned on softly during service.					
Promotion					
17. Discount for spa service.					
18. Discount for the subsequently time.					
19. Spa service packaging.					
20. The privilege for members.					

Part 4 Problems and suggestions about the spa service.

1. Please advise any problems encountered with services.

1.1 Services.....

1.2 Products.....

1.3 Price.....

1.4 What problems do you often encounter when using a spa service?

.....

1.5 Suggestions for improvement?

.....

2. In the future what do expect from the Spa. What products and services would you like to see?

.....

3. Please give you suggestion to achieve the excepted that you mentioned in question 2

.....

Thank you for taking the time to complete the survey. Your feedback is extremely valuable and important.

Regards,
Miss Voralak Kewmesuan
Researcher

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาววรลักษณ์ เขียวมีส่วน
 วันเดือนปีเกิด 3 มกราคม 2522
 สถานที่เกิด จังหวัดกรุงเทพมหานคร
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 134/97 หมู่บ้านสินธรา ต.วัดชลอ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130
 ตำแหน่งหน้าที่การงาน อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
 ปัจจุบัน
 สถานที่ทำงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2539 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 จากโรงเรียนทิวไผ่งาม
 พ.ศ. 2545 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (โรงแรม)
 จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 พ.ศ. 2550 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อ
 อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ