

การศึกษาศักยภาพสถานประกอบการสปาไทย A STUDY OF POTENTIALS OF SPA BUSINESSES IN THAILAND

ดร. ราณี อธิชัยกุล

รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ดร. รชพร จันทร์สว่าง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาของไทย และ 2) นโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมสถานประกอบการสปาของไทย ประชากรของการวิจัย ได้แก่ ผู้ดำเนินการสปาและผู้ให้บริการสปาของสถานประกอบการสปาซึ่งเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ จำนวน 271 แห่ง และผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐและเอกชนใน 4 จังหวัดที่เป็นเมืองจุดหมายท่องเที่ยวหลัก กลุ่มตัวอย่างคำนวณหาขนาดตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้จำนวน 478 คน จาก 97 สถานประกอบการสปา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวน 49 คน งานวิจัยวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติแบบพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการสปาในปัจจุบัน 7 ด้านในระดับมากที่สุดในทุกด้าน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน 7 ด้านในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยปัจจัยด้านบุคลากร และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่อยู่ในความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปา และ 2) ขณะที่จุดแข็งของศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทยหลายด้านที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการส่งเสริมให้ศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยมีคุณภาพและมาตรฐาน อย่างไรก็ตามยังมีสถานประกอบการสปามากมายที่ยังไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานและกระบวนการที่ภาครัฐกำหนด

คำสำคัญ ศักยภาพ สถานประกอบการสปาไทย นโยบายและการส่งเสริมจากภาครัฐ

ABSTRACT

This research was a mix-method research of both quantitative and qualitative methods. The purposes of this research were 1) to study potentials of Thai spa businesses and 2) to examine government policies and supportive implementation in order to enhance the capacities of Thai spa businesses. Population were spa managers and spa therapists of 271 spa businesses in four major tourist destinations. Samples were calculated by Yamane formular and consisted of 478 spa managers and spa therapists from 97 spa businesses. Questionnaire was used to collect data. Forty-nine in-depth interviews were conducted from the perspectives of key informants from both public and private sectors in Thailand. For quantitative data analysis, statistical tools for descriptive statistical analysis were employed and content analysis was used to analyze qualitative data.

Research findings showed that 1) the majority of respondents rated all seven factors of expected potentials of Thai spa operators at the highest level while they rated all seven factors of perceived potentials at a high level. 2) Although the Ministry of Health and the Spa Associations have supported some potentials of spa businesses by setting up certified standards for spa operators, many spa businesses still did not follow all spa standards and procedures.

Keywords: Potential, Thai Spa Business, Government Policies and Support

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สปาไทยเป็นบริการส่งเสริมสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงและรวดเร็วทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจนี้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่มีความใส่ใจในสุขภาพและรูปลักษณ์ของตนเองมากขึ้น ประกอบกับสปาไทยมีเอกลักษณ์ในด้านการให้บริการที่เกิดจากการใช้ภูมิปัญญาไทย อรรถาธิบาย และความมีใจรักการบริการของคนไทยทำให้ธุรกิจสปาของไทยได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้น สปาไทยจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในฐานะเป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศทำให้เกิดการจ้างงาน รวมทั้งก่อให้เกิดรายได้ต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สมุนไพรไทย การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจสปา รวมทั้งการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ให้บริการในประเทศไทยมีการให้บริการที่มีมาตรฐานและคุณภาพที่แตกต่างกัน สถานประกอบการส่วนใหญ่ยังอาจให้บริการที่ด้อยคุณภาพและต่ำกว่ามาตรฐาน จากสถิติพบว่าสถานประกอบการสปาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขมีเพียงประมาณร้อยละ 8 ของสถานประกอบการที่เปิดให้บริการ ในปี พ.ศ. 2547 คือมีสถานประกอบการสปาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขจำนวนเพียง 469 แห่ง และเพิ่มจำนวนเป็น 1,210 แห่ง ในปี พ.ศ. 2551 (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2552) ล่าสุดเพิ่มจำนวนเป็น 1,600 แห่งในปี พ.ศ. 2558 (นสพ.โพสต์ทูเดย์, 2558)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าที่ผ่านมาผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการสปามีความพึงพอใจต่อความสะอาดและความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการและมาตรฐานการบริการในสปารวมทั้งความสะอาดของสถานที่ วัสดุ ผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อมโดยรวม (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550: 9) แต่จากการขยายตัวของสปาไทยอย่างต่อเนื่อง และจากสภาพการแข่งขันของธุรกิจที่รุนแรงขึ้นทั้งภายในและต่างประเทศ ทำให้ประเทศไทยต้องประสบปัญหาที่ต้องการดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนหลายประการ ได้แก่ ปัญหาความไม่พร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจสปาของไทย ปัญหาด้านมาตรฐานของธุรกิจสปาของไทย ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีฝีมือ ความรู้และทักษะในการให้บริการสปา ปัญหาการขาดคุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการสปา อาทิ ทักษะการสื่อสารด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะ

ภาษาต่างประเทศอื่นที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาเยอรมัน สปาไทยขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการให้คำแนะนำแก่ผู้ให้บริการ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550: 9) รวมทั้งปัญหาการขาดคุณธรรมและจริยธรรมของบุคลากรผู้ให้บริการสปา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาของไทย และ 2) นโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมสถานประกอบการสปาของไทย

การทบทวนวรรณกรรมของการวิจัย

ความสนใจเกี่ยวกับแง่มุมต่างๆ ของธุรกิจการท่องเที่ยวยังสุขภาพมีการเติบโตในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลก สำหรับสปากับการท่องเที่ยวนั้นพบว่ามีความเกี่ยวข้องมาตั้งแต่ในอดีตทั้งภูมิภาคยุโรป อเมริกา และเอเชีย (Joppe, 2010) สปามีองค์ประกอบที่สามารถสัมผัสได้โดยผ่านประสาททั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัส ที่ส่วนใหญ่เป็นวิธีการบำบัดด้วยการนวดเพื่อผ่อนคลายโดยให้ความใส่ใจต่อองค์ประกอบของความเป็นมนุษย์แบบองค์รวม ทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ เพื่อช่วยให้ระบบโลหิตกลั่นเนื้อ และระบบประสาทต่าง ๆ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549) ขณะที่ The International Spa Association (ISPA) กล่าวถึงปัจจัยสำคัญซึ่งเป็นองค์ประกอบของสปา ได้แก่ น้ำ การบำรุง การเคลื่อนไหว และการออกกำลังกาย การสัมผัส การบูรณาการความสัมพันธ์ที่สอดคล้องระหว่างร่างกาย ความคิด และจิตใจ ความงาม สภาพแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ประกอบกับเวลาและจังหวะของชีวิตที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี The International Spa Association (ISPA, 2010) แบ่งประเภทของสปาออกเป็น 8 ประเภทคือ Day Spa, Destination Spa, Resort / Hotel Spa, Medical Spa, Mineral Spring Spa, Club Spa, Cruise Ship Spa และ Cosmetic spa

ขณะที่ไทยสปา (Thai Spa) เป็นลักษณะของการผสมผสานระหว่างการนวดแผนไทยกับการบริการในธุรกิจสปาที่ถูกนำมาจัดรูปแบบให้มีเอกลักษณ์ตามความนิยมของคนไทยโดยคณะกรรมการมาตรฐานฝีมือแรงงาน สาขาสถาน

บริการส่งเสริมสุขภาพ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานได้จำแนกประเภทของสปาตามองค์ความรู้ที่มาประยุกต์ใช้กับสปาในประเทศไทยเป็น 3 ประเภท (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ, 2551) ได้แก่ 1. สปาแบบตะวันตก (Western Spa) หมายถึงสถานที่ที่ให้บริการสุขภาพด้วยน้ำเป็นหลัก ประกอบกับการอุปกรณ์และเครื่องมือที่มักจะนำเข้าจากต่างประเทศ 2. ไทยสปาหรือสปาแบบประยุกต์ (Thai Spa) หมายถึงสถานที่ที่ให้บริการสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก มีมาตรฐานการให้บริการแนวเดียวกับประเทศตะวันตกแต่มีการประยุกต์ภูมิปัญญาทางตะวันออกและภูมิปัญญาไทยเข้าสู่งานบริการในสถานที่เดียวกัน และ 3. ไทยสปายะหรือสปาแบบไทยแท้ (Thai Spaya) หมายถึงสถานที่ที่ให้บริการสุขภาพองค์รวมแบบไทย เน้นการอบสมุนไพร การใช้ลูกประคบ และการนวดไทย เป็นของสปาแบบไทยที่เชื่อมโยงมาจากภูมิปัญญาชุมชน สปาในประเทศไทยมีชื่อเสียงติดอันดับโลกหลายแห่งจากการสำรวจความนิยมของนักท่องเที่ยว โดยสิ่งที่เป็นเครื่องรับประกันศักยภาพด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมของสปาไทย คือรางวัลด้านสปาของไทยที่มีสร้างชื่อเสียงระดับโลก ในปี ค.ศ. 2009 สปาของไทยได้รับรางวัล “Asian Spa Capital of the Year 2009” (Thai Spa, 2010: 16-17)

ประเทศไทยมีการกำหนดมาตรฐานการบริการด้านสปาเพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2546) มีใจความดังนี้ “กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาการบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ” และมีการกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยมาตรฐานของสถานที่ให้บริการผู้ให้บริการหลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๙ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้กำหนดความหมายของสถานประกอบการและ

กิจการของธุรกิจสปาไว้ 3 แบบ คือ กิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ และกิจการนวดเพื่อเสริมสวย

สำหรับมาตรฐานของสถานที่ การบริการ และผู้ให้บริการของกิจการสปาเพื่อสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำมาตรฐานสปาไทยเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าคุณภาพของสปาไทยมีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขภาพโดยกำหนดมาตรฐานดูแลคุ้มครองความปลอดภัย 5 ด้าน คือ มาตรฐานสถานที่ของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มาตรฐานผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มาตรฐานผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ มาตรฐานการบริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ และมาตรฐานความปลอดภัยกิจการสปาเพื่อสุขภาพ นอกจากนั้นเกณฑ์การรับรองมาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดเกณฑ์การรับรองคุณภาพสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ยังมีการกำหนดมาตรฐานอีก 5 ด้าน (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ, 2551) ประกอบด้วยมาตรฐานด้านบริการ (Service Quality) มาตรฐานด้านบุคลากร (Skill Staff) มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ (Tool & Equipment) มาตรฐานด้านการบริหารและการจัดการองค์กร (Organization & Management Quality) และมาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม (Ambience) โดยมาตรฐานคุณภาพเหล่านี้จะสนับสนุนสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองให้ได้เครื่องหมายไทยสปาระดับโลก ซึ่งมี 3 ระดับ คือ ระดับแพลทตินัม ระดับโกลด์ และระดับซิลเวอร์

งานวิจัยนี้ได้สร้างกรอบแนวคิดด้านศักยภาพของสถานประกอบการสปาโดยบูรณาการมาจากแนวคิดการแนวคิดมาตรฐานการรับรองคุณภาพสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข ประกอบกับปัจจัยสำคัญในการเป็นสถาบันฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานสปารวมเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านครูผู้สอน และสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์ฝึกอบรม แสดงเป็นกรอบแนวคิดด้านศักยภาพของสถานประกอบการสปาในการศึกษาครั้งนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Research Method) ประกอบด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) การดำเนินการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารของหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัย ใน 4 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย

1) ผู้บริหารของสถานประกอบการสปาในประเทศไทย ได้แก่ Day Spa, Resort Spa และ Destination Spa และผู้บริหารสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยขอรายชื่อจากสมาคมสปาในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และเกาะสมุย จำนวนอย่างน้อยพื้นที่ละ 5 คน

2) ผู้บริหารหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ/สปา ภาครัฐในประเทศ ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3) คณะกรรมการบริหารของสมาคมสปาไทย สมาพันธ์สปาไทย สมาคมสปาในภูมิภาค เช่น นายกสมาคมและอดีตนายกสมาพันธ์สปาไทย นายกและอดีตนายกสมาคมไทยล้านนาสปา สมาคมสปาภูเก็ต สมาคมสปาสมุย จำนวน 5 คน

4) นักวิชาการ/ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสปาและบริการเพื่อสุขภาพ ในมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับสปาและแพทย์แผนไทย เช่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย ราชชมงคลธัญบุรี จำนวน 4 คน

1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็นของหน่วยประชากรที่จะได้รับเลือกมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น (Multi-stage Sampling) เริ่มต้นจากชั้นตอนที่ 1 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากจำนวนประชากรทั้งหมด 271 สถานประกอบการสปา และทำการคัดเลือกโดยวิธีการคำนวณหา

ขนาดตัวอย่างตามวิธีของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้จำนวนตัวอย่างในการวิจัยทั้งสิ้น 97 สถานประกอบการสปาชั้นตอนที่สอง เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามในสถานประกอบการสปาในพื้นที่จากบัญชีรายชื่อ ได้แก่ Day Spa, Resort Spa และ Destination Spa ใน กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต และเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกำหนดให้มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามอย่างน้อยแห่งละ 5 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร 2 คน และผู้ให้บริการ 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอในการเปรียบเทียบกันได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ลักษณะของคำถามมีทั้งคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง ชื่อสถานประกอบการ ประเภทของสถานประกอบการ จำนวนบุคลากรในสถานประกอบการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศในอาเซียนที่เป็นคู่แข่งหลักด้านสปากับประเทศไทยจำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ตามความเป็นจริงของศักยภาพของสถานประกอบการสปา มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เป็นคำถามศักยภาพของสถานประกอบการสปา 7 ด้าน ด้านละ 8 ข้อ รวมคำถามทั้งหมด 56 ข้อ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงสถานประกอบการสปา เป็นคำถามแบบปลายเปิด แบบสอบถามได้นำไปทดสอบความเที่ยงตรงกับผู้ทรงคุณวุฒิด้านสปาและด้านการวิจัยและนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9817 สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เช่น แบบสัมภาษณ์

เชิงลึกผู้บริหารของสถานประกอบการสปา แบบสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการบริหารของสมาคมสมาคมสปาไทย สมาพันธ์สปาไทย ในภูมิภาค แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารในหน่วยงานวางแผนและส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ/สปาภาครัฐ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการด้านสปาและธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 49 คน สำหรับการสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้สถานประกอบการสปาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพจากกระทรวงสาธารณสุข ประกอบกับการลงพื้นที่เก็บตัวอย่างเองในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี และกรุงเทพมหานคร สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน 2555 เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 478 ฉบับ จากแบบสอบถามที่ส่งออกไป 600 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 79.7

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และลงรหัสเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณค่าทางสถิติที่ต้องการรวบรวม สำหรับข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ตามความเป็นจริงของศักยภาพของสถานประกอบการสปาที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) จะทำการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap analysis) ที่เป็นการแตกต่างของความคิดเห็นของปัจจัยศักยภาพด้านต่าง ๆ ของสถาน

ประกอบการสปา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอในรูปความเรียงประกอบตาราง

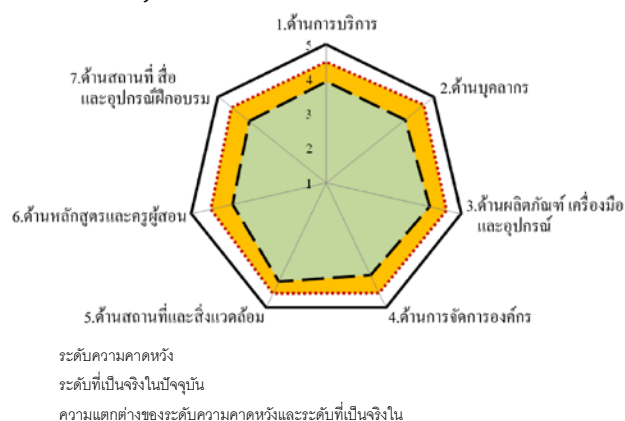
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทย

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยประกอบด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังและความคิดเห็นของสภาพความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยในปัจจุบัน 7 ด้าน จำแนกตามพื้นที่ที่เก็บข้อมูล ดังนี้

กรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมของปัจจัย 7 ด้านของกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ($\bar{X} = 4.58$) และน้อยที่สุด คือ ด้านหลักสูตรและครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพตามความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมของปัจจัย 7 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นระดับมาก คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ($\bar{X} = 4.07$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ โดยวัดความแตกต่าง (Gap) ของความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของศักยภาพของสถานประกอบการสปาในแต่ละด้านอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1

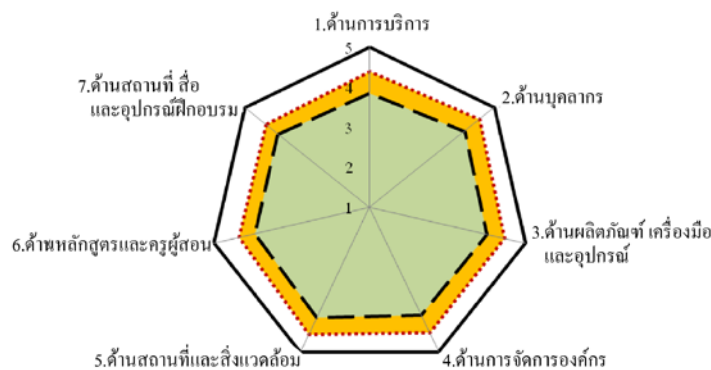


แผนภูมิที่ 1 ความแตกต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้ตามความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในกรุงเทพมหานคร

จังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมปัจจัย 7 ด้านของจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากรและด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมเท่ากัน ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมา คือ ด้านการจัดการองค์กร ($\bar{X} = 4.47$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์ฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพตามความเป็นจริงของศักยภาพสถาน

ประกอบการสปาในภาพรวมปัจจัย 7 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมา คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.05$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการ ($\bar{X} = 3.86$) โดยวัดความแตกต่าง (Gap) ของความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของศักยภาพของสถานประกอบการสปาในแต่ละด้านอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 2

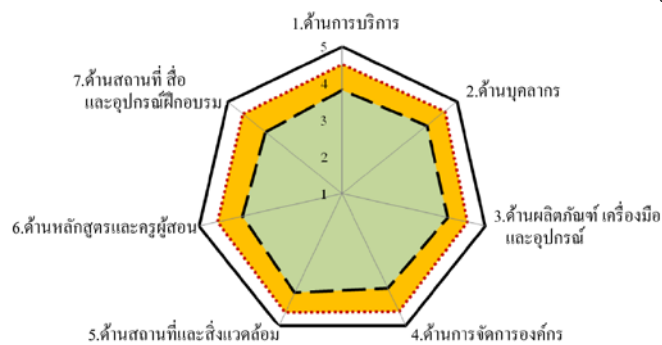


แผนภูมิที่ 2 ความแตกต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้ตามความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในเชียงใหม่

เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมปัจจัย 7 ด้านของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.58$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์ฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.47$) ตามลำดับ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพตามความเป็นจริงของศักยภาพสถาน

ประกอบการสปาในภาพรวมปัจจัย 7 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นระดับมาก คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.96$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์ฝึกอบรม ($\bar{X} = 3.68$) โดยวัดความแตกต่าง (Gap) ของความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของศักยภาพของสถานประกอบการสปาในแต่ละด้านอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 3

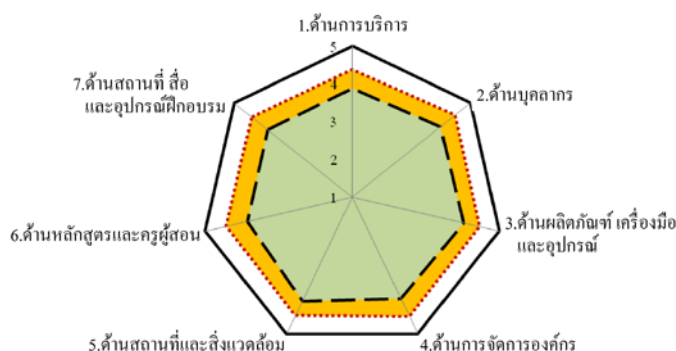


แผนภูมิที่ 3 ความแตกต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้ตามความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี

จังหวัดภูเก็ต

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมของปัจจัย 7 ด้าน ของจังหวัดภูเก็ตพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังระดับมากที่สุด คือ ด้านการจัดการองค์การ ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.49$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการ ($\bar{X} = 4.38$) ตามลำดับ สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพตามความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมของปัจจัย 7 ด้าน พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ระดับมาก คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ($\bar{X} = 4.03$) และน้อยที่สุด คือ ด้านหลักสูตรและครูผู้สอน ($\bar{X} = 3.86$) โดยวัดความแตกต่าง (Gap) ของความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของศักยภาพของสถานประกอบการสปาในแต่ละด้าน อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4



แผนภูมิที่ 4 ความแตกต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้ตามความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภูเก็ต

ภาพรวมศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทย

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยในภาพรวมพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยในปัจจัย 7 ด้าน ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในปัจจัย 7 ด้าน ในระดับมากในทุกด้าน และสรุปว่าปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการ

จัดการองค์การ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ที่อยู่ในความคาดหวังของสถานประกอบการในประเทศไทย ขณะที่ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ในสภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปาในประเทศไทย ที่สะท้อนศักยภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปาในปัจจุบันได้อย่างชัดเจน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลำดับความสำคัญของศักยภาพสถานประกอบการสปาในประเทศไทย

ภาพรวมศักยภาพสถานประกอบการสปาในประเทศไทย	
ความคาดหวัง	สภาพที่เป็นจริง
ด้านบุคลากร	ด้านบุคลากร
ด้านการจัดการ	ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม
ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม	

2. จุดแข็งและจุดอ่อนของศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทย

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สมาคมวิชาชีพสปา

และนักวิชาการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของสถานประกอบการสปา และปัญหาในการประกอบการสปาในประเทศไทย ผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนตามสาระสำคัญได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปจุดอ่อนและจุดแข็งของสถานประกอบการสปา

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน และมาตรฐานคุณภาพสปา (spa grading) ซึ่งมาตรฐานที่ได้รับคะแนนที่สูงที่สุดใน spa grading คือ ส่วนของการบริการ	1. การขาดการควบคุมมาตรฐานการบริการของสถานประกอบการสปาโดยการบังคับ
2. การค้าเสรีทำให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนมากขึ้น โดยเฉพาะโรงแรม 5 ดาว และคุณภาพของการบริการจะเป็นสิ่งสำคัญที่สุด	2. การขาดการบังคับและควบคุมการบริการของสถานประกอบการสปาตามมาตรฐาน
3. วิธีการให้บริการมีความอ่อนโยน ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย	3. คนไทยยังไม่มีเงินลงทุนจำนวนมากเท่าต่างชาติในด้านการตกแต่งหรืออุปกรณ์ แต่มีสิ่งที่มีผลต่อความเป็นสปาไทยให้อยู่ในกลุ่มของการให้บริการ
4. ราคาตามสปา เมนู (Spa Menu) ไม่สูงจนเกินไป	4. การบริหารยังไม่ค่อยเป็นระบบหรือมักเป็นการบริหารแบบครอบครัว
5. ผู้ดำเนินการสปาต้องสอบผ่านและได้รับใบอนุญาตถึงจะปฏิบัติงานได้	5. ขาดการพัฒนาในส่วนของตัวผลิตภัณฑ์และการบริการ
6. ผู้ให้บริการสปาต้องผ่านการอบรมตามที่กระทรวงกำหนด	6. ขาดแคลนบุคลากร เช่น ผู้ให้บริการสปา และผู้ดำเนินการสปาบางส่วน ถึงแม้จะมีการผลิตแรงงานเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอ
7. อุปกรณ์ เครื่องมือ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่จะมาจากภูมิปัญญาไทยผลิตในประเทศเป็นส่วนใหญ่	7. บุคลากรขาดความรู้ด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ เช่น จีน รัสเซีย
8. อุปกรณ์เครื่องมือสำหรับสปาเอื้ออำนวยให้กับสปาพอสมควร เพราะไม่ต้องมีความยุ่งยากในการที่จะไปสรรหาเครื่องมือต่าง ๆ	8. ผู้ดำเนินการสปาที่สอบผ่านได้รับใบอนุญาตไม่ได้มาทำงานในธุรกิจสปาจริง
9. เครื่องมือที่ซ้ำมักเป็นอุปกรณ์เพื่อเสริมความงามหรือเครื่องมือทางการแพทย์มากกว่า	9. เครื่องมือที่เข้าข่ายเครื่องมือแพทย์ จะมาใช้กับสปาไม่ได้ อย่างพวกเครื่องแก๊ซพาราฟินต้องขึ้นทะเบียนเป็นเครื่องมือแพทย์ ใช้เข็ม ใช้เข็ม ทำเครื่องมือทำเล็บมือเล็บเท้ามีแค่กรรไกรตัดเล็บเท่านั้น
10. ผลิตภัณฑ์ทำจากสมุนไพร ซึ่งหาได้ง่ายในท้องถิ่น	10. เครื่องมือดีกว่าเครื่องมือในต่างประเทศ เพราะมีการลงทุนหรือความทันสมัย เช่น ห้องอบซาวน่า ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุซซี่
11. เจ้าของกิจการเป็นคนไทย มีความเป็นไทย	11. การทำผลิตภัณฑ์สมุนไพรสดๆ เพื่อมาใช้ประกอบการบริการ อาจควบคุมความสะอาดและคุณภาพได้ยาก
12. สถานประกอบการที่เป็นระบบจะมีการประเมินผลคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจและความชอบของลูกค้า	12. เทคโนโลยีในไทยไม่ได้สนับสนุนให้มีการผลิตเครื่องมือในเมืองไทยมากนัก
13. ร้อยละ 70 สถานที่มีภาพลักษณ์ของความเป็นไทย มองแล้วรู้สึกถึงความเป็นไทย เช่น การตกแต่งห้องพักที่ใช้บริการ อุปกรณ์ต่าง ๆ	13. ยังขาดความเป็นวิชาชีพในการจัดการธุรกิจสปาโดยรวม การบริหารส่วนใหญ่เป็นลักษณะ One Man Show
14. สถานประกอบการสปาโดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยว สร้างขึ้นมาเพื่อให้เป็นเมืองสปาจริง ๆ บางแห่งอยู่ในพื้นที่ 10-20 ไร่	14. สปาของไทยยังไม่ได้จดลิขสิทธิ์ หรือไม่ได้เป็นคำจำกัดความที่ให้แก่ธุรกิจสปาอย่างเดียวเท่านั้นที่กฎหมายจะบังคับใช้ได้ ทุกวันนี้ยังถือว่าสปาเป็นคำทั่วไป ใครก็ใช้ได้จนกว่า พรบ.ฯ จะออกมา
15. หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสปาที่จัดขึ้นมีหลายระดับ สามารถสร้างแรงงานที่มีวิชาชีพได้ เช่น หลักสูตรของอาชีวศึกษา ระดับปวช. และ ปวส. และระดับปริญญาตรี	15. ยังขาดความชัดเจนในการลงทุนของชาวต่างชาติ
16. หลักสูตรของธุรกิจสปาที่กระทรวงศึกษาธิการอนุมัติแล้ว มีให้หลายหลักสูตร และหลักสูตรต้องได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขด้วย	16. เดย์สปาส่วนใหญ่จะมีสถานที่เล็ก แต่สปาในโรงแรมจะมีพื้นที่กว้างขวางกว่า
17. ครูผู้สอนมีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เช่น ภาษาที่ใช้เกี่ยวกับสปา การนวดไทยหรือการนวดอโรมา หรืออาหารเพื่อสุขภาพ	17. ครูผู้สอนยังมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการโดยรวมของประเทศ
18. สถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีครูผู้สอนที่สอบผ่านได้รับประกาศ และสามารถที่จะฝึกอบรมแล้วให้ไปสอนเพื่อวัดระดับจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้	18. หลักสูตร และอาชีพด้านสปายังไม่เป็นที่นิยมของผู้เรียน
19. สถานประกอบการขนาดใหญ่จะมีความพร้อมทั้งองค์ความรู้และสถานที่ฝึกอบรม	19. ครูผู้สอนยังต้องพัฒนาคุณภาพ โดยเฉพาะครูที่พัฒนามาจากผู้ให้บริการ อาจจนดั่งแต่สอนไม่เก่ง
20. สถานประกอบการจะขอความร่วมมือกันในการฝึกอบรม ทั้งด้านสถานที่ สื่อและอุปกรณ์การฝึกอบรม	20. บางสถานประกอบการให้พนักงานรุ่นพี่เป็นครูสอนรุ่นน้อง ทำให้ไม่สามารถควบคุมมาตรฐานได้จริง
21. สถานที่ฝึกใช้ห้องบริการและอุปกรณ์ฝึกอบรมที่มีมาตรฐานระดับหนึ่ง	21. สถานประกอบการขนาดเล็กบางแห่ง ขาดความพร้อมทั้งสถานที่และอุปกรณ์ฝึกอบรม

ตารางที่ 3 ปัญหาการประกอบกิจการสปาในประเทศไทย

จัดลำดับตามความสำคัญ	ปัญหาการประกอบกิจการสปาในประเทศไทย
1	ปัญหาขาดแคลนผู้ให้บริการสปา ผู้ดำเนินการสปา และพนักงานต้อนรับ
2	ปัญหาการกำหนดมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขไม่ได้บังคับ แต่เป็นแบบสมัครใจ
3	ปัญหาภาพลักษณ์ของธุรกิจสปาที่ใกล้เคียงกับอาบ อบ นวด หรือสถานเริงรมย์
3	ปัญหาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสปาจำนวนมากและทำหน้าที่ซ้ำซ้อนกันอยู่
3	ปัญหาการขาดการเตรียมกำลังคนในธุรกิจสปา
3	ปัญหาหลักสูตรสปาในมหาวิทยาลัยยังขาดครูผู้สอนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง
3	ปัญหาการเคลื่อนย้ายของแรงงานไปต่างประเทศ
3	ปัญหาการรัฐสนับสนุนนักลงทุนไทยให้ไปลงทุนต่างประเทศในขณะที่สปาในประเทศไทยยังไม่ได้มีการพัฒนามีคุณภาพที่ถึงระดับสากล
4	ปัญหามาตรฐานผู้ให้บริการสปาหรือผู้ให้บริการแต่ละคนไม่เท่ากัน
4	ปัญหาความไม่ชัดเจนของบทบาทของสถาบันที่จะมาร่วมกันผลิตและองค์กรภาครัฐ
4	ปัญหาการควบคุมสปาให้ถูกต้องตามกฎหมายและประเภทของสปา
4	ปัญหาการจดสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาของผลิตภัณฑ์สปาและสปา Treatment
4	ปัญหาการใช้ผู้ให้บริการสปาแบบอิสระ
4	ปัญหาภาพรวมของธุรกิจสปายังขาดการจัดการที่ดี
4	ปัญหาการขาดการนำนโยบายของรัฐไปปฏิบัติอย่างจริงจัง
4	ปัญหาคู่แข่งต่างชาติมาตั้งสปาโดยใช้ Nominee เป็นคนไทย

3. นโยบายและการสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนาและส่งเสริมสถานประกอบการสปาไทย

สำหรับนโยบายและการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสปาในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดมาตรฐานการรับรองสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพขึ้นในเบื้องต้นคือ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพิ่มเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐาน สำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 พ.ศ. 2551 เพื่อให้สถานที่ดังกล่าวได้รับการยกเว้นไม่ต้องขอรับใบอนุญาตตั้งสถานบริการ ตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

จะเห็นได้ว่าสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพเป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบดูแลสถานประกอบการสปาโดยตรง อย่างไรก็ตาม การจัดทำมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ดังกล่าวไม่ได้ใช้บังคับสถานประกอบการสปาที่ตั้งขึ้นทั้งหมด แต่เป็นการให้การรับรองมาตรฐานตามความสมัครใจ ถ้าสถานประกอบการไม่ประสงค์จะรับรองมาตรฐาน ก็สามารถจัดตั้งได้ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 โดยอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงมหาดไทย ซึ่งในความเป็น

จริงมีสถานประกอบหรือร้านนวดที่จัดตั้งขึ้นเป็นจำนวนมากที่ผิดระเบียบและไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ในขณะที่ประชาชนผู้ใช้บริการไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างสถานบริการที่มีมาตรฐานหรือไม่มีมาตรฐานได้

ดังนั้น แนวทางในการจัดระบบกิจการสปาเพื่อสุขภาพให้ถูกต้อง ขณะนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดทำร่างพระราชบัญญัติสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ และอยู่ในระหว่างการรอเสนอร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวเข้าวาระการประชุมของสภาผู้แทนราษฎร และหากรัฐบาลเร่งให้ผ่านการเห็นชอบของสภาผู้แทนราษฎร จะตราขึ้นเป็นกฎหมายมีผลบังคับใช้ หลังจากนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะสามารถร่างประกาศหรือข้อบังคับในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป และจะทำให้ธุรกิจสปามีระบบมาตรฐานและการควบคุมที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของสถานประกอบการสปาในหลายด้านให้มีมาตรฐาน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ด้านการจัดการองค์การ และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยได้ร่วมกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียนจัดทำร่างมาตรฐานสปาสำหรับอาเซียน “Spa Standard for ASEAN” ในการนี้ประเทศไทย

ได้รับการเลือกให้เป็นผู้ดำเนินการจัดทำมาตรฐานสปา (Spa Standard) โดยมีการจัดตั้ง “คณะทำงานร่างมาตรฐานสปาสำหรับอาเซียน” ที่ประเทศไทย โดยมีหน่วยงานหลักจากภาครัฐคือคณะกรรมการการท่องเที่ยว วุฒิสภา และจากภาคเอกชนคือสมาพันธ์สปาไทย ร่วมประชุมกันและร่างมาตรฐานสปาสำหรับอาเซียน ให้ครอบคลุมในเรื่องสถานที่ บุคลากร การบริการ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ การบริหารจัดการ รวมถึงสภาพแวดล้อม ตลอดจนเรื่องของการนวดแบบดั้งเดิม (Traditional Treatment) ซึ่งมาตรฐานสปาในเชิงของอาเซียนจะเน้นในเรื่องของการท่องเที่ยว เพราะอยู่ภายใต้หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและเป็นมาตรฐานแบบสมัครใจ นับถึงปัจจุบันร่างดังกล่าวใกล้จะเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในขั้นตอนต่อไปหลังจากร่างนี้ได้รับความเห็นชอบแล้ว คณะทำงานฯ ก็ต้องไปทำงานในรายละเอียดในการประเมิน (Assessment) องค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของสปาที่กำหนดขึ้นมาให้ครบทุกด้าน

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณศักยภาพสปาไทยในปัจจุบันหลัก 7 ด้านพบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ระดับความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาในภาพรวมของปัจจัย 7 ด้านนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับของศักยภาพของสปาไทยอยู่ใน **ระดับมาก ในทุกด้านและในทุกพื้นที่ที่เก็บรวบรวมข้อมูล** อาจเป็นเพราะประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสที่ดีในการทำธุรกิจสปา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งศาสตร์การนวด ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่มีนัยสำคัญการให้บริการมาส่งเสริมกิจกรรมในธุรกิจสปา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ บริษัท Intelligent Spas Pte จำกัด ที่ระบุว่าศักยภาพสปาไทยมีชื่อเสียงติดอันดับโลก และสปาไทยได้รับความนิยมสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียงในแถบเอเชียแปซิฟิกทั้ง 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และไทย ขณะที่คนเอเชียยังนิยมใช้บริการสปาในประเทศไทยมากที่สุด คือร้อยละ 22 รองลงมาคือ อินโดนีเซีย (ร้อยละ 19) มาเลเซีย (ร้อยละ 13) ออสเตรเลีย (ร้อยละ 7) สิงคโปร์และยุโรป (ร้อยละ 6) อินเดีย (ร้อยละ 5) นิวซีแลนด์ และอเมริกา (ร้อยละ 4) ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2553) ที่สอดคล้องกับงานของจิรศักดิ์ หมุนขำ (2551) ที่พบว่าธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพแต่ยังคงมีปัญหาในส่วนของบุคลากรที่เป็นนักบำบัด

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สมาคมวิชาชีพสปาที่กล่าวถึงจุดแข็งของศักยภาพสถานประกอบการสปาไทย เช่น นโยบายของภาครัฐในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ การส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย การกำหนดเกณฑ์การสอบผ่านความรู้ของผู้ดำเนินการสปาและเกณฑ์การฝึกอบรมผู้ให้บริการสปาเพื่อควบคุมคุณภาพหลักสูตรของธุรกิจสปาที่ส่งเสริมให้ครูผู้สอนมีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เช่น การนวดไทย การนวดอโรมา และด้านอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี จุดอ่อนของสปาไทยตามผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ การขาดการควบคุมมาตรฐานการบริการของสถานประกอบการสปา ภาคบังคับ การบริหารสปาแบบระบบครอบครัว การขาดแคลนผู้บริการและผู้ให้ดำเนินการสปา การขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ การขาดความเป็นวิชาชีพในการจัดการธุรกิจสปาโดยรวม ทั้งนี้ ครูผู้สอนยังมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการโดยรวมของประเทศ และหากวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปาในแต่ละด้าน พบว่าช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดขณะที่ระดับความเป็นจริงอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ดังนั้น จึงยังจำเป็นต้องพัฒนาในทุกด้านเพื่อให้สถานประกอบการสปาไทยมีความสามารถเต็มศักยภาพ

สำหรับการอภิปรายผลศักยภาพที่เป็นจริงในแต่ละด้านของสถานประกอบการสปาไทย มีดังนี้

(1) **ด้านการบริการ** ผลการศึกษาพบว่าสถานประกอบการสปาไทยด้านการบริการสามารถให้บริการในระดับมาก คือกรุงเทพฯ ($\bar{X}$ = 3.93) ภูเก็ต ($\bar{X}$ = 3.88) เชียงใหม่ ($\bar{X}$ = 3.86) และเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X}$ = 3.82) อาจเป็นเพราะสปาไทยมีการนำภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการให้บริการ โดยเน้นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนโดยผสมผสานระหว่างสมุนไพรกับการแพทย์แผนไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานของชนิดา บุญประเสริฐ (2546) ที่สรุปว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าการให้บริการของสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งโดยรวมและรายด้านมีความเหมาะสมมาก สอดคล้องกับงานของนวลพงศ์ เสือแก้ว (2552) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของสถานประกอบการสปาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณภาพการบริการของสปาในรีสอร์ทและโรงแรมดีกว่าเดย์สปาอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานของ Tatthasak Boonyarit (2008) ที่ศึกษาคุณภาพการบริการของสปา กรณีศึกษากลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวอันดามัน พบว่าลูกค้าสปามีความพอใจสูงต่อบริการด้านต่างๆ ของการบริการ อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านการบริการสปาไทยมีศักยภาพระดับมากที่สุด แต่ในปัจจุบันการดำเนินการสามารถให้บริการในระดับมาก จึงยังมีช่องว่างที่จะต้องพัฒนาต่อไปให้เต็มศักยภาพ

นอกจากนี้งานวิจัยของนุจริย์ ไช้กระโทก (2546) ยังยืนยันว่าการบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และงานวิจัยในต่างประเทศของ Jurgita Sekliuckiene และ Neringa Langvinienė (2008) พบว่าสปาเป็นบริการด้านสุขภาพที่มีความสำคัญมากของลิทัวเนีย โดยหลักพื้นฐานด้านคุณภาพของการบริการในแต่ละสถานประกอบการ ได้แก่ การมุ่งเน้นที่ผู้ให้บริการ การพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง และทีมงานในการพัฒนาสินค้าและบริการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหารสมาคมวิชาชีพสปาและนักวิชาการที่แสดงความคิดเห็นถึงจุดแข็งของศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทยว่าเทคนิคการบริการดี สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า และมีการให้บริการสปาด้วยวัฒนธรรมไทย เป็นต้น

(2) ด้านบุคลากร ผลการศึกษาพบว่าสถานประกอบการสปาไทยด้านบุคลากรมีศักยภาพระดับมาก คือ เชียงใหม่ ($\bar{X}$ = 4.05) ภูเก็ต ($\bar{X}$ = 3.99) เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X}$ = 3.96) และกรุงเทพฯ ($\bar{X}$ = 3.92) และผลการวิเคราะห์ในภาพรวมของประเทศไทยพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่สะท้อนศักยภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปาในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนิตยา ทศนดร (2547: 128) พบว่า สปาเป็นธุรกิจบริการที่มีหัวใจหลัก คือบุคลากร โดยผู้ให้บริการสปาจำเป็นต้องมีมาตรฐานและคุณภาพของการบริการอย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านบุคลากรสปาไทยมีศักยภาพระดับมากที่สุด แต่ในปัจจุบันการดำเนินการด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก จึงยังมีช่องว่างที่จะต้องพัฒนาให้เต็มศักยภาพ นอกจากนี้งานวิจัยของวิเชียร วงศ์นิชชากุลและกรศิวัช คงธนาสินธร (2553) ศึกษาความต้องการด้านบุคลากรระบุว่าพนักงานต้องมีบุคลิกดี สุภาพ มารยาทดี และพรศักดิ์ เหล่ากิจไพศาล (2550) ระบุว่าลูกค้าต้องการบุคลากรเคยสปาที่มีความรู้ในงานของตนเองอย่างดี ซึ่งชลิดา บุญเรืองขาว (2551) ยังระบุว่าผู้ให้บริการสปาควรมีการพัฒนาอย่าง

ต่อเนื่อง เนื่องจากกลยุทธ์ที่มีความสำคัญของธุรกิจสปาคือการมีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการที่ต้องรับผิดชอบอย่างแท้จริงและมีมนุษยสัมพันธ์ (วัชรภรณ์ อักษรแหลม, 2547) อีกทั้งอัศวพงศ์ อันทองและมิ่งสรรพ ขาวสอาด (2558) ยังกล่าวว่าธุรกิจสปาที่มีผลการดำเนินงานที่ดีที่สุดนั้นมีการกระตุ้นให้ผู้ให้บริการมีผลผลิตภาพในการบริการที่ดีที่สุด

โดยข้อค้นพบข้างต้นยังสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหารสมาคมวิชาชีพสปาที่กล่าวถึงศักยภาพของบุคลากร เช่น ผู้ดำเนินการสปาต้องสอบผ่านให้ได้รับใบอนุญาตจึงจะปฏิบัติงานได้ ผู้ให้บริการสปาต้องผ่านการฝึกอบรมตามที่กระทรวงกำหนด บุคลากรมีจิตสำนึกในการให้บริการและมีทักษะในการนวดไทย เป็นต้น อย่างไรก็ดี บุคลากรด้านสปาของไทย แม้จะได้รับการยอมรับจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการให้บริการที่มีฝีมือในการนวดและมีมารยาทตามเอกลักษณ์ของไทย แต่ปัญหาหลักที่ผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่มกล่าวถึงคือปัญหาการขาดแคลนผู้ให้บริการสปา ผู้ดำเนินการสปา และพนักงานต้อนรับบางส่วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) ที่ระบุว่าธุรกิจสปาในประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีได้มีการเตรียมตัวรองรับสถานการณ์มาก่อน ทำให้มีการขาดแคลนพนักงานหรือผู้ให้บริการทั้งจำนวนและคุณภาพ

(3) ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ผลการศึกษาพบว่าสถานประกอบการสปาไทยด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์มีศักยภาพระดับมาก คือ กรุงเทพฯ ($\bar{X}$ = 4.07) ภูเก็ต ($\bar{X}$ = 4.03) เชียงใหม่ ($\bar{X}$ = 4.01) และเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X}$ = 3.95) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมีสรรพคุณที่ได้รับการยอมรับ เป็นผลิตภัณฑ์ทำจากสมุนไพรที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น อาทิ ลูกประคบ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) ที่ระบุว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสที่ดีในการทำธุรกิจสปา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งด้านศาสตร์การนวด ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และเอกลักษณ์ความเป็นไทยมาส่งเสริมกิจกรรมในธุรกิจสปาได้อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์สปาไทยมีศักยภาพระดับมากที่สุด แต่ใน

ปัจจุบันการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก จึงยังมีช่องว่างที่จะต้องพัฒนาในด้านนี้เพราะยังไม่สามารถทำได้เต็มศักยภาพ เช่น สมุนไพรไทยบางตัวอาจไม่เหมาะกับลูกค้าชาวต่างชาติ จึงควรมีการทดสอบก่อนใช้ ดังนั้นสถานประกอบการบางแห่งจึงใช้ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศควบคู่ไปด้วย และใช้สมุนไพรไทยพื้นฐานที่ไม่ก่อให้เกิดความระคายเคืองกับลูกค้า โดยชลิตา บุญเรืองขาว (2551) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพดีเพื่อดึงดูดความต้องการของลูกค้า ขณะที่สรินหทัย ศักดิ์กุลพิทักษ์ (2550) พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการมากที่สุดในเรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติ

(4) ด้านการจัดการองค์การ ผลการศึกษาด้านการจัดการองค์การของศักยภาพสปาของไทย พบว่ามีศักยภาพในระดับมาก คือเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.98$) กรุงเทพฯ ($\bar{X} = 3.96$) ภูเก็ต ($\bar{X} = 3.96$) และเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X} = 3.87$) สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตภาส แสงเดือน (2552) ที่พบว่ารูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพเป็นโครงสร้างองค์การแบบง่าย โดยมีเจ้าของหรือผู้จัดการและพนักงานทำงานร่วมกันและมีการวางแผน จัดองค์การ สั่งการ ประสานงาน และควบคุมในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่าส่วนใหญ่เจ้าของกิจการเป็นคนไทยที่มีการจัดสถานประกอบการที่เป็นระบบ และมีการประเมินผลคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และมีการแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบ โดยสปาเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนต่ำ นอกเหนือจากต้นทุนคงที่ ค่าดำเนินงาน และค่าแรงงานค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านการจัดการองค์การสปาไทยมีศักยภาพระดับมากที่สุด แต่ในปัจจุบันการดำเนินการสามารถจัดการได้ในระดับมาก จึงยังมีช่องว่างที่จะต้องพัฒนาในด้านนี้เพราะยังไม่สามารถทำได้เต็มศักยภาพ

(5) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมของศักยภาพสปาของไทย พบว่ามีศักยภาพในระดับมาก คือกรุงเทพฯ ($\bar{X} = 4.17$) เชียงใหม่ ($\bar{X} = 4.05$) ภูเก็ต ($\bar{X} = 4.04$) และเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X} = 4.00$) อาจเป็นเพราะสถานที่และสิ่งแวดล้อมของไทยมีความโดดเด่น และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนวลพงศ์ เสือแก้ว (2552) ที่ระบุว่ามาตรฐานสถานที่ของเดย์สปาหรือสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรมมีการ

ตกแต่งบรรยากาศภายในสปา สร้างบรรยากาศโดยใช้กลิ่นและเสียงแบบไทยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยร้อยละ 70 ระบุว่าสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ของความเป็นไทย อย่างไรก็ตาม อัครพงศ์ อันทอง (2558) พบว่านโยบายการส่งเสริมการตลาดของสปาไทยควรให้ความสำคัญกับแรงจูงใจมากกว่าที่จะมุ่งนำเสนอภาพลักษณ์ของสปาไทยเพียงอย่างเดียว

(6) ด้านหลักสูตรและครูผู้สอน ผลการศึกษาด้านหลักสูตรและครูผู้สอนของศักยภาพสปาของไทย พบว่ามีศักยภาพในระดับมาก คือเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.94$) ภูเก็ต ($\bar{X} = 3.86$) กรุงเทพฯ ($\bar{X} = 3.79$) และเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X} = 3.79$) อาจเป็นเพราะประเทศไทยมีหน่วยงานและหลักสูตรการสอนที่ผ่านการรับรองจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 513 หลักสูตร ในปี พ.ศ. 2554 ของทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ 2554) ซึ่งสอดคล้องกับผลสัมภาษณ์ที่ระบุว่าหลักสูตรที่จัดทำขึ้นมีหลายระดับและสามารถสร้างแรงงานที่มีวิชาชีพได้ เช่น หลักสูตรของอาชีวศึกษาทั้งระดับปวช. ปวส. และปริญญาตรีที่ผ่านการรับรองโดยกระทรวงศึกษาธิการและต้องได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขด้วย โดยครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษา ทักษะการนวด และความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีครูผู้สอนที่สอบผ่านได้รับประกาศนียบัตรการฝึกอบรมแล้วไปวัดระดับจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้

(7) ด้านสถานที่ สื่อ และอุปกรณ์ฝึกอบรม ผลการศึกษาด้านหลักสูตรและครูผู้สอนของศักยภาพสปาของไทย พบว่ามีศักยภาพในระดับมาก คือเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.94$) ภูเก็ต ($\bar{X} = 3.86$) กรุงเทพฯ ($\bar{X} = 3.79$) และเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ($\bar{X} = 3.79$) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้สถานที่ประกอบการเป็นสถาบันฝึกอบรมสปา ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักในสถานประกอบการจะขอความร่วมมือกันเพื่อฝึกอบรม เช่น สถานที่ สื่อและอุปกรณ์การฝึกอบรม ให้เหมาะสมกับหลักสูตร นอกจากนี้การสัมภาษณ์ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐทำให้ได้ทราบว่าสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่มีการจัดตั้งโรงเรียนหรือสถาบันการฝึกอบรมของตนเอง และเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงในการผลิตบุคลากรในประเทศไทย เช่น Chiva-Som International Academy, M Spa ในเครือ Mandara Group, Banyan Tree Group, Aim International School of Aesthetics and Spa Therapy,

Panviman Spa Academy, Chiang Mai Spa Academy, Phuket Spa Academy, Sukko Spa Academy, Thai Massage School of Chiang Mai, และ ITM International Training Massage School เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การสร้างศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยในระดับประเทศและเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อสร้างศักยภาพสถานประกอบการไทยประกอบด้วยกลยุทธ์ ดังนี้

(1) กลยุทธ์การควบคุมสถานประกอบการสปาไทยให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้การจัดระเบียบกิจการสปาเพื่อสุขภาพมีความถูกต้องและสามารถบังคับใช้กับกิจการสปาทุกประเภท ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้สามารถควบคุมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพให้ถูกต้องตามกฎหมาย และจัดการกับกิจการสปาที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เช่น การจัดทำร่างพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ และการควบคุมไม่ให้สถานประกอบการที่ไม่ได้รับอนุญาตให้เป็นสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพใช้ชื่อสปา

(2) กลยุทธ์การบูรณาการประสานภารกิจการพัฒนาและส่งเสริมสปาไทย จากการศึกษาที่ประเทศไทยมีหน่วยงานภาครัฐจากหลายกระทรวงที่มีบทบาทดูแลธุรกิจสปา ทำให้เกิดปัญหาการประสานงาน ความสับสนและความซ้ำซ้อนในบทบาทหน้าที่ของกระทรวงต่างๆ ขาดการบูรณาการการทำงาน และทำให้เกิดผลดีในภาพรวม รวมทั้งสิ้นเปลืองงบประมาณ จึงควรกำหนดบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน และเพื่อให้การบูรณาการภารกิจด้านการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจสปาในทิศทางเดียวกัน

(3) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์อาชีพสปาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ประชาชนส่วนใหญ่มองภาพลักษณ์ของธุรกิจสปาที่สับสนกับสถานบริการอบ อบ นวด หรือการมีบริการแฝง ทำให้มีคนสนใจเข้ามาทำงานในธุรกิจสปาน้อย หน่วยงานภาครัฐควรมีประชาสัมพันธ์และกระตุ้นให้แรงงานที่ยังว่างงานเข้ามาทำงานในธุรกิจสปาเพิ่มขึ้น และส่งเสริมภาพลักษณ์ของอาชีพผู้ให้บริการสปาว่าเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความสามารถ มีเกียรติ และเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี ตลอดจนส่งเสริมค่านิยมให้เห็นว่าการให้บริการ

สปาเป็นงานที่มีทักษะและเป็นภูมิปัญญาไทยที่คนชาติอื่นยากจะเลียนแบบได้ อีกทั้งร่วมกับกระทรวงศึกษาและแนวส่งเสริมการประกอบอาชีพสปา ขณะที่สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีควรเร่งผลักดันการนวดไทยและสปาไทยให้เป็นมาตรฐานอาชีพและลบภาพลักษณ์เก่าที่เห็นว่าอาชีพนี้ต่ำต้อย

(4) กลยุทธ์การเร่งผลิตกำลังคนในธุรกิจสปาให้พอเพียงกับความต้องการของตลาด จากการที่ประเทศไทยประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในธุรกิจสปา กระทรวงศึกษาธิการในฐานะหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาแรงงานควรวางแผนดำเนินการเร่งผลิตแรงงานโดยเชื่อมโยงข้อมูลความต้องการ คือ การผลิตกำลังคนในระดับปริญญาตรี เช่น ผู้ดำเนินการสปา โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญ และการผลิตกำลังคนในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เช่น การฝึกอบรมผู้ให้บริการสปา การฝึกอบรมครูผู้สอน การฝึกอบรมการจัดการธุรกิจสปาขนาดย่อม โดยร่วมมือกับกรมอาชีวศึกษา โรงเรียนหรือสถาบันฝึกอบรมเอกชน และหากต้องการควบคุมคุณภาพของโรงเรียนเอกชน กระทรวงศึกษาธิการหรือกรมพัฒนาฝีมือแรงงานอาจจัดทดสอบมาตรฐานแห่งชาติผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนเอกชนที่ผู้ประกอบการเปิดขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญเหมือนการทดสอบมัคคุเทศก์

(5) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สปาส่วนใหญ่ทำจากสมุนไพรสด และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมาตรฐานจึงควรส่งโรงงานผ่านกระบวนการผลิตที่ถูกต้อง ผลิตภัณฑ์ควรมีตราสินค้า (Brand) ที่แสดงถึงควมมีมาตรฐานกระทรวงอุตสาหกรรมควรช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรไทยให้เป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้รับการรับรองในประเทศไทย (Organic Thailand) และให้เป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติและมีการพัฒนาตราสินค้า ในแง่ของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรมควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างเครื่องมือเครื่องใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการ เช่น ห้องชาวนา ห้องอบไอน้ำ ที่ผลิตเองในเมืองไทย

บรรณานุกรม

- กฤตภาส แสงเดือน. (2552). *การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- จิรศักดิ์ หมุนฆ่า. (2551). *การวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจสปา*. สารนิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลิดา บุญเรืองขาว. (2551). *การศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจสปาและนำเสนอกลยุทธ์การแข่งขันและการแก้ปัญหาเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้า กรณีศึกษาร้านชีตา บิวตี้ แอนด์ สปา*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). *รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย-นานาชาติ ปี พ.ศ.2550*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- พรศักดิ์ เหล่ากิจไพศาล. (2550). *การศึกษาความต้องการของลูกค้าคนไทยที่ใช้บริการเดย์สปาในจังหวัดภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นวลพงศ์ เสือแก้ว. (2552). *การจัดการตามมาตรฐานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นุจริย์ ไช้กระโทก. (2546). *การศึกษาปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดสปา*. วิทยานิพนธ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นักท่องเที่ยวคัดค้านธุรกิจสปาปี 2558 โตร้อยละ 15 พุ่ง 3.1 หมื่นล้านบาท. (17 มกราคม 2558). หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์.
- วัชรารณ อักษรแหลม. (2547). *การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล และกรศิวิชัย คงธนาสินธร. (2553). *กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการเดย์สปา ในซอยทองหล่อ เขตสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร*. *BU Academic Review*, 9 (2): 10-22.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2550). *ธุรกิจสปา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปทุมธานี: เจเอสทีพับลิชชิง.
- สรินหทัย ศักดิ์กุลพิทักษ์. (2550). *ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาที่ลูกค้าต้องการ*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 กันยายน 2553, จาก www.nesdb.go.th
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs* รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาสปาและบริการสุขภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2554, จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/Forms/AllItems.aspx>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *สปาเสริมความงามและบริการสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2553, จาก <http://cms.sme.go.th>
- อัศรพงศ์ อันทอง. (2558). *ภาพลักษณ์ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการสปาไทย*. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 12(2), 13-22.
- อัศรพงศ์ อันทองและมิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2557). *การเปรียบเทียบสมรรถนะและประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจสปา*. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์*, 21(1), 1-19.
- International Spa Association. (2010). *Types of Spas*. Retrived on December, 15 2010, from <http://experienceispa.com/resources/spa-goers>

- Joppe, M. 2010. One Country's Transformation to Spa Destination: The Case of Canada. [Special section]. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 117-126. DOI 10.1375/17.1.117.
- Sekliuckiene, J. & Neringa, L. (2009). Service Perspectives in Healthiness and Sport Tourism in Lithuania: Case of Sap. *Economics & Management*. 14: p. 505-512.
- Kamata, H, Yuki M. & Hirota, Y. (2009). How to Attract more Tourists? *Tourism Review*, 65(2) p. 28-40.
- Thai Spa. (2010). *Thai Spa*. Bangkok: The Official Magazine of the Thai Spa Association.
- Wisnom, Mary S. & Lisa L. Capozio. (2012). *Spa Management: An Introduction*. New Jersey :Pearson.

