

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการ และเหตุผล

สปา เป็นชื่อเมืองเล็กๆ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเบลเยียม ติดกับชายแดนของเยอรมัน เป็นเมืองที่เป็นแหล่งของน้ำพุที่มีแร่เหล็กตามธรรมชาติ ถูกค้นพบโดยชาวโรมันโบราณ มีความโด่งดังและเป็นที่ยอมรับในเรื่องของการรักษาสุขภาพและอาการเจ็บป่วยต่างๆ คนส่วนใหญ่รู้จักในนามของ Espa ซึ่งเป็นรากศัพท์ที่หมายถึง น้ำพุ ในปัจจุบัน คำดังกล่าวถูกใช้ในภาษาอังกฤษว่า Spa ซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายในความหมายของสถานที่ตากอากาศเพื่อสุขภาพ(Health Resort)

องค์ประกอบของสปา ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 10 ประการ คือ

1. น้ำ (Water) สามารถนำไปใช้ได้หลายรูปแบบทั้งภายในและภายนอกสปา โดยนำมาเป็นส่วนประกอบในการบริการและตกแต่งสถานที่
2. การบำรุง (Nourishment) เช่น อาหารสุขภาพ เครื่องดื่มสมุนไพร
3. การเคลื่อนไหวและการออกกำลังกาย(Movement, Exercise & Fitness) การเคลื่อนไหวในท่าทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่างๆ กัน สร้างความกระปรี้กระเปร่า เพิ่มพลังงาน เช่น การออกกำลังกายแบบต่างๆ การผ่อนคลายกล้ามเนื้อ
4. การนวด (Touch and Massage) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญ การนวดและการสัมผัสที่สื่อสารความรู้สึกต่างๆ ให้ความรู้สึกที่อบอุ่น ผ่อนคลาย และบำบัดอาการปวดเมื่อย
5. การบำบัดร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Body, Mind & Spirit) กิจกรรมสุขภาพที่บูรณาการระหว่างความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่าง ความคิด จิตใจ และจิตวิญญาณกับสภาพแวดล้อม
6. ศาสตร์ด้านความงาม (Aesthetics) การบำรุงรักษาความงามกับกระบวนการที่ใช้ผลิตภัณฑ์พืชพรรณธรรมชาติ สมุนไพรต่างๆ ที่มีผลกับร่างกายมนุษย์
7. สถานที่ตั้ง (Environment) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมที่ดี สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม การออกแบบตกแต่ง รูปแบบบรรยากาศดี ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย
8. การแสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรม (Art, Culture & Social) เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่สร้างความสุนทรีย์และประทับใจ ในเวลาที่ได้พักผ่อนและมีสังคมที่ดีกับมิตรสหาย

9. เวลา และจังหวะของชีวิต (Time, Space & Rhythms) ตระหนักถึงการใช้เวลา และจังหวะชีวิตที่ได้ดูแลสุขภาพให้แก่ตนเอง มีเวลาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ดีต่อสุขภาพโดยสอดคล้องกับวงจรธรรมชาติ

10. ระบบการบริหารจัดการที่ดี (Management and Operation System) มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

จากข้อมูลตารางที่ 1.1 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสปาที่ได้จากการสำรวจของสมาคม International Spa Association (ISPA) ร่วมกับ Pricewaterhouse Coopers ได้ศึกษาวิจัยภาวะของธุรกิจสปาในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ในปี ค.ศ.2002 และข้อมูลจากการสำรวจของบริษัท Intelligent Spa Pte Ltd ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งดำเนินการสำรวจธุรกิจสปาในหลายประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2544- 2545 จากข้อมูลจากทั้งสองแหล่ง พบว่าในปี พ.ศ.2545 ประเทศสหรัฐอเมริกา มีสถานประกอบการสปามากที่สุด คือ ประมาณ 9,600 แห่ง สร้างรายได้กว่าพันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีผู้ใช้บริการ ประมาณ 155.8 ล้านคน และก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 282,000 คน

สำหรับประเทศไทย เป็นประเทศที่มีสถานประกอบการสปาเป็นอันดับสอง รองจากสหรัฐอเมริกา โดยมีสถานประกอบการสปาทั่วประเทศประมาณ 230 แห่ง สร้างรายได้ 85 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีผู้ใช้บริการ ประมาณ 3.3 ล้านคน และก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 4,000 คน

ตารางที่ 1.1 แสดงรายได้ จำนวนสถานประกอบการ ผู้ใช้บริการ และการจ้างงาน ของธุรกิจสปาในประเทศต่างๆ ในปี พ.ศ. 2545

ประเทศ	รายได้ (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)	จำนวนสถานประกอบการ	ผู้ใช้บริการ (คน)	ผู้ใช้บริการที่มา จากต่างประเทศ (คน)	การจ้างงาน (คน)
สหรัฐอเมริกา	10,700	9,600	155.8 ล้าน	N/A	282,000
ไทย	85	230	3.3 ล้าน	2.6 ล้าน	4,000
สิงคโปร์	35	40	400,000	100,000	700
ออสเตรเลีย	15	220	2 ล้าน	100,000	3,000
นิวซีแลนด์	N/A	35	500,000	170,000	800
มาเลเซีย	N/A	N/A	120,000	600,000	500
ฮ่องกง	N/A	N/A	940,000	376,000	400
อินโดนีเซีย	N/A	N/A	1 ล้าน	800,000	3,000

ที่มา : International Spa Association และ Intelligent Spa Pte Ltd (2002)

อ้างอิง : รายงานการศึกษา เรื่อง มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2548

รัฐบาลไทยได้มีนโยบายที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการบริการด้านสุขภาพของเอเชีย (Health Service Capital of Asia) ซึ่งอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศอีกทางหนึ่ง จากรายงานของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน(2546) พบว่าการบริการด้านสุขภาพของไทยสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศปีละประมาณ 10,000 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จากการบริการสปาเพื่อสุขภาพกว่าร้อยละ 50 หรือประมาณ 5,000 ล้านบาท บริการทางการแพทย์ประมาณ 3,000 ล้านบาท และบริการอื่นๆ ประมาณ 2,000 ล้านบาท

จากเอกสารประกอบการประชุม เรื่อง “การแปลงยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเหนือ ประเด็นการบริการสุขภาพ” วันที่ 28 ตุลาคม 2546 ณ จังหวัดเชียงใหม่ จัดโดยสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ ได้ระบุว่า กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดจังหวัดที่มีศักยภาพที่จะให้บริการในด้านสุขภาพไว้ 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต เชียงใหม่ และต่อมาได้เพิ่มพื้นที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเมืองเป้าหมายที่จะผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพ และบริการทางการแพทย์ในเอเชีย (Thailand as Excellent International Center for Health Care)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีโอกาสที่ตลาดสปาเพื่อสุขภาพ จะสามารถขยายตัวได้ต่อเนื่อง เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลวีฒนธรรมและประเพณีที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง นอกจากนี้ยังมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการเป็นศูนย์กลางการบินสู่ประเทศเพื่อนบ้านและจีนตอนใต้ โดยปัจจุบันสนามบินเชียงใหม่ นับเป็นสนามบินนานาชาติที่ได้เปิดเส้นทางบินไปยังต่างประเทศในทวีปเอเชียหลายประเทศ นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งทางบกกับจังหวัดต่างๆ ในเขตภาคเหนือตอนบนและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และจีนตอนใต้

จากข้อมูลของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2549 จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนสถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพ เฉพาะที่มีใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขทั้งสิ้น 29 แห่ง โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 21 แห่ง รองลงมา อำเภอแม่ริม 3 แห่ง อำเภอสันทรายและอำเภอดอยสะเก็ด อำเภอละ 2 แห่ง และอำเภอหางดง 1 แห่ง (ตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 จำนวนสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกเป็นราย
อำเภอ พ.ศ. 2549

ลำดับที่	พื้นที่ตั้งของสถานประกอบการ	จำนวนสถานประกอบการ
1	อำเภอเมืองเชียงใหม่	21
2	อำเภอแม่ริม	3
3	อำเภอสันทราย	2
4	อำเภอดอยสะเก็ด	2
5	อำเภอหางดง	1
รวม		29

ที่มา : สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ (2549)

สำหรับตลาดสปาในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ (2547) พบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประมาณ 1.6 แสนคนต่อปี โดยมีสัดส่วนผู้ใช้บริการที่เป็นชาวไทยร้อยละ 30 และชาวต่างประเทศร้อยละ 70 มีมูลค่าทางการตลาดประมาณ 220 ล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 0.2 ของผลิตภัณฑ์จังหวัด(ผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ปี 2548 เท่ากับ 103,276 ล้านบาท)

แนวโน้มของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งจำนวนสถานประกอบการสปา และจำนวนผู้ใช้บริการที่จะมีความหลากหลายทางด้านช่วงอายุและรายได้มากขึ้น จากข้อมูลตารางที่ 1.3 ซึ่งเป็นข้อมูลที่คาดการณ์ด้านรายได้ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วง 5 ปี (2547 – 2551) พบว่า รายได้ในธุรกิจสปาของจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นั่นคือ จากเดิมในปี 2546 มีรายได้ประมาณ 220 ล้านบาท จะเพิ่มเป็นเกือบ 5 เท่า ในปี 2551 คือประมาณ 1,029 ล้านบาท

ตารางที่ 1.3 แสดงเป้าหมายรายได้จากธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2546 - 2551

รายได้	ปี					
	2546	2547	2548	2549	2550	2551
ธุรกิจสปา (ล้านบาท)	220	301	409	556	756	1,029

ที่มา : สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ (2547)

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะของสถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพ และพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการสปาในการนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพ ในธุรกิจด้านนี้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับหน่วยงานภาครัฐใช้ในการกำหนดนโยบาย และวางแผนพัฒนาธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสปา และผู้ที่ต้องการลงทุนในธุรกิจสปา ในการนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาลักษณะของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ และพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ในส่วนของ การศึกษาลักษณะของสถานประกอบการบริการสปานั้นจะศึกษาเฉพาะสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 25 แห่ง ในขณะเดียวกันกลุ่ม ประชากรเป้าหมายของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพนั้น ได้แก่ผู้บริโภคชาวไทยที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในสถานประกอบการบริการสปาที่ได้ ใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ จากสถานประกอบการทั้ง 25 แห่ง

1.5 นิยามศัพท์

สปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ โดยใช้ศาสตร์สัมผัส ทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ และอารมณ์

สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง สถานประกอบการที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ.2526)

Destination Spa คือ สปาบริการเฉพาะ เพื่อให้การดูแลสุขภาพเป็นหลักโดยมีที่พักอยู่ภายในนั้น มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพครบวงจร อาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย การให้ความรู้ในด้านต่างๆ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักจะมีความต้องการพำนักอยู่เป็นระยะเวลาานาน

Medical Spa คือ สปาสถานพยาบาล ตั้งโดย พ.ร.บ สถานพยาบาลโดยมีแพทย์ และพยาบาลดูแลกำกับ มีวัตถุประสงค์เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพ และความสวยงาม โปรแกรมการบริการประกอบด้วยโภชนาการบำบัด และอาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ การนวดแบบต่างๆ

Hotel & Resort Spa คือ สปาในโรงแรม และรีสอร์ท ซึ่งอาจตั้งอยู่ภายในโรงแรม หรือรีสอร์ท หรือในบริเวณเดียวกัน ที่มีสถานที่ออกกำลังกาย อาหาร โปรแกรมบริการมักประกอบด้วย การนวดแบบต่างๆ

Day Spa คือ สปาทั่วไป เป็นสปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ เช่นที่พักรีส อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือตามสนามบิน ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้นๆ

อาโรมาเธอราพี (Aromatherapy) คือการบำบัดรักษาโรคโดยใช้น้ำมันหอมระเหย หรือกลิ่นหอมที่สกัดออกมาจากดอกไม้ ใบไม้ ก้านใบ ดอกและราก หรือผลของต้นไม้ ซึ่งเป็นหัวน้ำหอมระเหยของสมุนไพร ให้ประโยชน์โดยตรงแก่ร่างกายและจิตใจ ทั้งจากการสัมผัสผ่านทางผิวหนังโดยการนวด การสูดดม การอบ การอาบน้ำแช่ และการประคบ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved