

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตอย่างรวดเร็วจากกระแสความใส่ใจในด้านสุขภาพรวมถึงได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการขยายตลาด โดยเฉพาะธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งยังเป็นธุรกิจที่อยู่ในความสนใจของประชาชนที่มีความต้องการจะเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว โดยเฉพาะกิจการสปาเพื่อสุขภาพ และกิจการนวดเพื่อสุขภาพ ซึ่งในประเทศไทยมีการดำเนินธุรกิจสถานประกอบการเพื่อสุขภาพอยู่หลายแห่งทั่วประเทศ และมีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากสปาเพื่อสุขภาพนั้นสามารถช่วยให้ผ่อนคลายจากความเครียดได้ทั้งร่างกายและจิตใจ พร้อมทั้งช่วยบำบัดสุขภาพที่ทรุดโทรมให้กลับคืนสู่สภาพที่สมบูรณ์ด้วยวิธีบำบัดโดยธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นการรักษาทางกายภาพ การทำสมาธิ การนวด โยคะ การอบสมุนไพร หรือแม้กระทั่งการรับประทานอาหารสุขภาพ เหล่านี้ล้วนเป็นธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

เมื่อธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพเป็นที่นิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางการตลาดที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างสูงจึงทำให้จำนวนสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทยปี 2559 นั้นมีจำนวนทั้งหมดรวม 3,003 แห่ง การประมาณการรายได้ธุรกิจมีมูลค่าถึง 1,097 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเป็นรายได้ที่มาจากการใช้บริการของชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 90 จึงทำให้ธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 ด้านผลิตภัณฑ์สปาที่จำหน่ายในประเทศมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 0 - 5 การส่งออกผลิตภัณฑ์สปาที่มีอัตราการเติบโตร้อยละ 10 - 15 และการจ้างงานในธุรกิจสปาที่มีอัตราจ้างประมาณ 70,000 คน (สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า, 2559) ด้วยอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจที่มีศักยภาพสูงจึงทำให้เจ้าของธุรกิจบริการสปาเพื่อสุขภาพมีการแข่งขันในตลาดสูงตาม ดังนั้นการแข่งขันหลักในตลาดธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพจึงเน้นไปที่คุณภาพของมาตรฐานการบริการนั่นเอง

คุณภาพของมาตรฐานการบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งกันได้ ซึ่งควรจะตอบสนองความต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวังเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จึงทำให้ผู้ประกอบการที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับ Hi-End จำเป็นต้องมีการประเมินเรื่องคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการในการสร้างความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) สูงสุด และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้า (Customer Relationship) ทั้งยังสามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำๆ หรือเป็นตัวช่วยให้ลูกค้าส่งต่อความพึงพอใจไปยังลูกค้าอื่นๆ ให้มาลองใช้บริการ และยังเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ระยะยาว และก่อให้เกิดความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ที่มีต่อผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจว่าปัจจัยด้านคุณภาพของมาตรฐานสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกมาใช้บริการ และปัจจัยด้านคุณภาพของมาตรฐานสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลใดที่เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งที่ผ่านมามีการวิจัยในด้านนี้อย่างจำกัด

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญ เหตุผลและปัญหาของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพจึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของมาตรฐานการบริการ การรับรู้ และความพึงพอใจของชาวต่างชาตินั้นเป็นสิ่งที่สามารถวัดได้ และจะช่วยสร้างรูปแบบการบริการที่มีคุณภาพสำหรับสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นที่สถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ประกอบกับการศึกษาทางด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะทำให้ทราบถึงคุณภาพของมาตรฐานการบริการ การรับรู้ ความพึงพอใจ และความต้องการที่แท้จริงในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งถือเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบและคุณภาพของมาตรฐานการบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด นอกจากนี้ยังจะได้ทราบว่ารูปแบบหรือผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติหรือไม่ ควรมีการปรับปรุงหรือแก้ไขอย่างไร ทั้งยังทำให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในแง่มุมต่างๆ ของสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาคุณภาพของมาตรฐานการบริการได้อย่างรอบด้าน

รวมถึงสามารถหาจุดร่วมในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล
2. เพื่อศึกษาการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล
4. เพื่อหาปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพของมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการประเมินจากกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 10 แห่ง โดยมีการจัดระดับสถานประกอบการ (Spa Grading) ตามเกณฑ์ที่กำหนด (กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559)

ด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล รวมทั้งการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลตามมาตรฐานด้านต่างๆ เช่น มาตรฐานด้านสถานที่ มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานด้านการบริการ มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ และปัจจัยด้านคุณภาพของมาตรฐานการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ด้านประชากร

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำนวน 10 แห่ง

ด้านพื้นที่

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำนวน 10 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4 ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. ปัจจัยด้านการตลาด ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. การรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ประกอบด้วย มาตรฐานด้านสถานที่ มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานด้านการบริการ และ มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ โดยใช้เกณฑ์จากคู่มือมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ของกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2559)

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล

1.5 สมมติฐาน

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ภูมิลำเนา การศึกษา รายได้) แตกต่างกัน จะพิจารณาปัจจัยด้านการตลาดในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลแตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ภูมิลำเนา การศึกษา รายได้) แตกต่างกัน จะมีการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลแตกต่างกัน

3. ปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล
2. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล
3. เป็นการยกระดับการให้บริการตามมาตรฐานการบริการของของสถานประกอบการ สปาเพื่อสุขภาพระดับสากลในประเทศไทยให้ดีขึ้น อันจะนำไปสู่การขยายตัวด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยต่อไป
4. สามารถนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดให้กับสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลได้รับความพึงพอใจในมาตรฐานการบริการ ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่ผู้รับบริการ
5. นักวิจัย นักวิชาการ และผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประกอบการวิจัยหรือการศึกษาในระดับต่อไป

1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้นในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

ปัจจัยด้านการตลาด หมายถึง Marketing Mix (4Ps) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3. การจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลซึ่งเป็นผลจากการประเมินคุณภาพมาตรฐานการบริการจากการรับรู้ สิ่งที่ได้รับสิ่งคาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อดำเนินกิจการสปาอันได้แก่ บริการที่เกี่ยวกับการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยวิธีการบำบัดด้วยน้ำและการนวดร่างกายเป็นหลัก ประกอบกับบริการอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวงอีกอย่างน้อยสามอย่างเว้นแต่เป็นการดำเนินการในสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล หรือการอาบน้ำ นวด หรืออบตัวที่เป็นการให้บริการในสถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัวตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ (คู่มือเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล, 2559)

ผู้ดำเนินการ/ ผู้ประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง บุคคลที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่บริหารจัดการสถานประกอบการ และรับผิดชอบในการดำเนินการสถานประกอบการนั้น

ผู้ดำเนินการต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์กำหนดและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (คู่มือเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล, 2559)

คุณภาพของมาตรฐาน หมายถึง ปัจจัยด้านคุณภาพของมาตรฐานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของชาวต่างชาติ ได้แก่ มาตรฐานด้านสถานที่ มาตรฐานด้านบุคลากร มาตรฐานด้านการบริการ และมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ (คู่มือเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล, 2559)

มาตรฐานของสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล ประกอบด้วยมาตรฐาน ดังต่อไปนี้ (คู่มือเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล, 2559)

มาตรฐานด้านสถานที่ หมายถึง สถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพมีการตกแต่งเหมาะสม สวยงามบ่งบอกถึงความเป็นไทย สถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบ อากาศถ่ายเทได้ดี การจัดแบ่งพื้นที่ในการใช้งานเป็นสัดส่วน สะดวกและปลอดภัยในการใช้บริการ อุปกรณ์สำหรับคนพิการ เช่น ทางลาด ราวจับตามทางเดิน รถเข็น มีสภาพดีพร้อมใช้งานติดตั้งในตำแหน่งที่เหมาะสม และ ห้องสุขามีความสะอาด และจำนวนเพียงพอ

มาตรฐานด้านบุคลากร หมายถึง บุคลากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในการทำงานในสถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี และเพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานทุกคนสวมเครื่องแบบที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน มีความเป็นไทย และ/หรือเรียบร้อยสวยงาม พนักงานมีการให้บริการด้วยกิริยาที่สุภาพ อ่อนน้อม และเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ พนักงานมีความสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าหรือฉุกเฉินได้เป็นอย่างดี และพนักงานมีความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการได้อย่างครบถ้วน

มาตรฐานด้านการบริการ หมายถึง สถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพมีการบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการอย่างครบครัน มีการต้อนรับแบบไทย มีการบริการอาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ไทย มีการสอบถามผู้รับบริการว่าต้องการอะไรเพิ่มเติมหรือไม่ มีการอธิบายหรือแนะนำแก่ผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่จะได้รับ และมีระบบนัดหมายเพื่อรับบริการ

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ หมายถึง สถานประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพมีผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ที่ดี มีคุณภาพและมาตรฐานไว้สำหรับผู้รับบริการ เช่น มีคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มีระบบดูแลรักษา และการตรวจสอบอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล หมายถึง สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เมื่อผ่านเกณฑ์การประเมินคุณภาพจากกระทรวงสาธารณสุข โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ (Spa Grading) คือ เครื่องหมายระดับ Platinum เครื่องหมายระดับ Gold เครื่องหมายระดับ Silver (คู่มือเกณฑ์มาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล, 2559)