

## การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย Spa Business Strategy Development in Chiang Rai Province

ธิดารัตน์ กายชาติ<sup>1</sup> และ ปฎิพัทธ์ ตันมิ่ง<sup>2\*</sup>

Thidarat Kayachat<sup>1</sup> and Patipat Tunming<sup>2\*</sup>

\*Corresponding author, e-mail: 6551203259@lamduan.mfu.ac.th

Received: February 27<sup>th</sup>,2024; Revised: September 1<sup>st</sup>,2024.; Accepted: April 17<sup>th</sup>,2025.

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 2) เสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการจำนวน 3 ท่าน และผู้ใช้บริการธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายจำนวน 3 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมของธุรกิจสปาบางแห่งยังขาดบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ขาดทักษะด้านการสื่อสารและขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ขาดเอกลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการเทคโนโลยีที่ทันสมัย และธุรกิจสปาบางแห่งยังไม่เป็นที่รู้จัก ดังนั้น จึงเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปา ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก คือ การพัฒนาด้านการตลาด และการพัฒนาเอกลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 2) กลยุทธ์เชิงรับ คือ การพัฒนาด้านการรักษารฐานลูกค้า 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และ 4) กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ การพัฒนาด้านบุคลากร

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์ทางธุรกิจ ธุรกิจสปา เชียงราย

### Abstract

This study aims to 1) examine and analyze the business environment of spas in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province, 2) propose strategies for spa business development in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province. This study is qualitative research, with primary data provided by 3 spa entrepreneurs and 3 customers in Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province, using in-depth interviews and content analysis. From the study, it was found that some spas lack efficient personnel, communication skills, foreign language skills, modern product and service identities, and technological advancement.

<sup>1</sup> นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

Student, Master of Business Administration (Business Administration), School of Management, Mae Fah Luang University.

<sup>2</sup> อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ กลุ่มวิจัยด้านการท่องเที่ยว การบริการ และงานอีเว้นท์ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

Lecturer, Master of Business Administration (Business Administration), Tourism, Hospitality and Event Research Group, School of Management, Mae Fah Luang University

Additionally, some spas are still relatively unknown. Therefore, the following strategies for spa business development are proposed: 1) Aggressive Strategy: Focusing on marketing development, product and service identity enhancement. 2) Survival Strategy: Focusing on customer retention. 3) Defensive Strategy: Focusing on technology and innovation development. And 4) Improvement Strategy: Focusing on personnel development.

**Keyword:** Business Strategy, Spa Business, Chiang Rai

## บทนำ

ในยุคชีวิตปกติวิถีใหม่ (New Normal) หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก ธุรกิจสปาเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากเชื้อไวรัสโควิด 19 ในปัจจุบันมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจสปาทั่วโลกได้ฟื้นตัวจาก 58.09 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2565 เป็น 64.42 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี พ.ศ. 2566 โดยมีอัตราการเติบโตต่อปี (CAGR) ร้อยละ 10.9 นอกจากนี้ สงครามรัสเซียกับยูเครนมีผลกระทบที่ทำลายโอกาสในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์พุ่งสูงขึ้น และเกิดอัตราเงินเฟ้อในสินค้าและบริการ (The Business Research Company, 2023) ในส่วนของประเทศไทยนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 18.7 ส่วนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific) ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 4 รองจาก จีน ญี่ปุ่น และอินเดีย ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2562 รายได้รวมจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยอยู่ที่ 1.6 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตขึ้นจากเดิม 1.2 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ จากนั้นในปี พ.ศ. 2563 มูลค่าทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 15 ของโลก โดยมีการเติบโตต่อเนื่องทุกปี และในปี พ.ศ. 2565 การท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศไทยกว่า 1.22 ล้านล้านบาท จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 151 ล้านคน/ครั้ง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 11.15 ล้านคน สำหรับปี พ.ศ. 2566 คาดว่าจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 2.38 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16-18 ของผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (GDP) (Thairath Online, 2023)

จากแผนการพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2566 – 2570 พบว่า ปัญหาและความต้องการของพื้นที่จังหวัดเชียงราย เล็งเห็นความสำคัญของนโยบายเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว จึงมุ่งเน้นให้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดโดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเชิงสุขภาพ เช่น ธุรกิจสปา นวดแผนไทย เป็นต้น (Integrated Provincial Administration Committee, Chiang Rai Province, 2021 : 174) จังหวัดเชียงรายเป็นเขตพื้นที่เศรษฐกิจสีเขียวมีนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ แนวโน้มของธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มขึ้นแต่ด้วยธุรกิจสปามีกลุ่มเป้าหมายคือลูกค้าที่มีรายได้สูง ดังนั้น ธุรกิจสปา จึงต้องหากยุทธศาสตร์ทางธุรกิจที่สามารถดึงดูดลูกค้า เช่น ใช้การส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ การทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง แม้ว่าตลาดธุรกิจสปาจะมีคู่แข่งค่อนข้างสูง จึงก่อให้เกิดการแข่งขันและพัฒนาคุณภาพบริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้เป้าหมายของภาครัฐในการผลักดันคือทำให้ธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ติด 5 อันดับแรกของโลก ภายใน 5 ปีข้างหน้า (Marketeer Team, 2020)

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นทั้งในเรื่องที่ผู้ให้บริการมีแนวโน้มให้ความสนใจเรื่องสุขภาพเพิ่มมากขึ้น หลังจากเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และภาครัฐมีนโยบายผลักดันธุรกิจสปาซึ่งเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดรับกับแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการส่งเสริมปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสภา ทำให้ผู้ประกอบการที่มีความต้องการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและดึงดูดลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจสภาสามารถนำข้อมูลการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์พัฒนาธุรกิจสภาให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานรัฐยังสามารถนำข้อมูลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจในเขตพื้นที่รับผิดชอบต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสภาอำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจสภา ผู้จัดการ หัวหน้างาน บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสภาอำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 3 ท่าน และผู้ใช้บริการธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายจำนวน 3 ท่าน โดยเลือกจากธุรกิจสภาที่ได้รับความนิยมในเชียงราย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีข้อความที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสภาอำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Index Of Item-Objective Congruence: IOC) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 3 คน ในการตรวจสอบเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ โดยผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ทุกข้อความ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อ จึงนำมาใช้ในการสัมภาษณ์ต่อไป

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการธุรกิจสภา และ 2) การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เกี่ยวข้องจากข้อมูลวิจัยหนังสือ บทความและวารสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสภา

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จากนั้น สังเคราะห์แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายต่อไป

### ผลการศึกษา

#### 1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจสภา อำเภอมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

##### 1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis) เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ การวิเคราะห์และตรวจสอบปัจจัยภายนอกสามารถเป็นอุปสรรคหรือโอกาสกับธุรกิจหรือองค์กรก็ได้ (Chiddee, 2022) การวิเคราะห์และตรวจสอบปัจจัยภายนอกประกอบด้วยปัจจัย 6 ประการ ได้แก่ **1) ด้านการเมือง (Political)** กรมสนับสนุนบริการสุขภาพร่วมกับภาครัฐและเอกชนขับเคลื่อนโครงการยกระดับเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Hub Forum ) มุ่งสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นเลิศ ประกอบด้วย 4 ผลผลิต คือ 1. บริการส่งเสริมสุขภาพ 2. บริการรักษาพยาบาล 3. บริการวิชาการ และ 4. ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจไทยในสากล โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 เพื่อส่งเสริมสถานประกอบการหรือธุรกิจสปาที่มีมาตรฐานรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรท้องถิ่น ร่วมกับการพัฒนาเมืองหรือชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มพื้นที่ตลาดสุขภาพทั่วประเทศ และส่งเสริมโอกาสในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ (Department Of Health Service Support, 2023) ในส่วนของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้เน้นการเพิ่มรายได้จากท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้า การบริการ และท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์จังหวัดเชียงรายที่โดดเด่นในตลาดโลก ร่วมกับการนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอด ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (National Economic and Social Development Board, 2023) ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย **2) ด้านเศรษฐศาสตร์ (economic)** การวิจัยของสถาบัน Global Wellness Institute รายงานผลการวิจัยว่ามูลค่าทางการตลาดของธุรกิจสุขภาพเติบโตร้อยละ 12 ต่อปี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2020 และคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นอีกร้อยละ 52 ใน ค.ศ. 2027 โดยมีมูลค่าถึง 8.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจด้านสุขภาพเติบโตมากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Thansettakij, 2023) ทั้งนี้เศรษฐกิจของประเทศไทยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง อัตราเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2567 และอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 2.50 ได้รับการประเมินว่าเหมาะสมกับบริบทที่เศรษฐกิจกำลังทยอยฟื้นตัวกลับสู่ระดับศักยภาพ ส่งผลให้เงินเฟ้ออยู่ในกรอบเป้าหมายอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปคาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 1.3-2.0 ในปี พ.ศ. 2566 และ 2567 ตามลำดับ และมีการปรับลดลงจากมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ทั้งนี้ ยังต้องติดตามความเสี่ยงจากต้นทุนราคาอาหารที่อาจปรับสูงขึ้นจากปรากฏการณ์เอลนีโญ รวมถึงความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่อาจส่งผลให้ราคาพลังงานโลกปรับสูงขึ้น (Bank of Thailand, 2023) ซึ่งอาจส่งผลเชิงลบต่อธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เนื่องจากลูกค้าที่มาใช้บริการอาจจะมึนตึ๊งในการใช้จ่ายมากขึ้น **3) ด้านสังคม (Social)** ธนาคารยูโอบี ประเทศไทย รายงานผลการศึกษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอาเซียน (ASEAN Consumer Sentiment Study – ACSS) ประจำปี พ.ศ. 2566 โดยรายงานการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการยังคงเชื่อมั่นในเศรษฐกิจของประเทศ แต่มีความระมัดระวังและปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจที่อาจจะชะลอตัว นอกจากนี้ รายงานยังระบุแนวโน้มที่น่าสนใจของคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับการออมและการลงทุน โดยกลุ่มเจนเอเรชั่น Z (Gen Z) เป็นกลุ่มที่ระมัดระวังที่สุดจากที่กล่าวมาผู้ใช้บริการระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลลบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศไทย และอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ของธุรกิจลดลง (TODAY Bizview, 2023) ประเทศไทยมีผู้สูงอายุมากถึงร้อยละ 19.74 ของประชากรทั้งหมด ตามรายงานกรมการปกครองโดยมีจำนวนผู้สูงอายุเพศชาย 5.7 ล้านคน และเพศหญิง 7.2 ล้านคน ซึ่งมากกว่าร้อยละ 10 นับเป็นการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในจังหวัดเชียงรายมีผู้สูงอายุมากเป็นอันดับ 8 ของประเทศ เป็นจำนวน 286,394 คน (Thairath

Online, 2023) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อสังคมผู้สูงอายุจึงเกิดกระแสการพักผ่อนและดูแลสุขภาพ เช่น กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การทำสปา การนวด การอบ การประคบสมุนไพร การบริการสุคนธ์บำบัด และวารีบำบัด เป็นต้น (Department of Older Persons Affairs, 2021) 4) **ด้านเทคโนโลยี (Technological)** ในปัจจุบันที่ผู้ใช้บริการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการรับข่าวสาร สื่อสาร หรือใช้จ่ายทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยีนี้จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ยังมีการนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างมากในหลายภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมมาใช้ในการบริการ เช่น การให้ AI ช่วยทำ การเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ให้ติดหน้าแรกในผลการค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) หรือ การเพิ่มประสิทธิภาพกลไกค้นหาได้ง่ายขึ้น เป็นการช่วยให้เว็บไซต์หรือเว็บเพจธุรกิจสปาได้รับการจัดอันดับไว้อันดับต้นๆ ของการค้นหา หรือ การตอบโต้โดยตรงกับผู้ใช้บริการ (Front-End Chatbot) ที่ใช้กับการตอบคำถามทั่วไป คำถามไม่ซับซ้อน ที่ผู้ใช้บริการได้คำตอบแบบตรงไปตรงมา โดยสนทนาตรงกับ AI เป็นต้น (Chatrakul Na Ayutthaya, n.d.) 5) **ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)** สิ่งแวดล้อมสภาพอากาศ และอุณหภูมิมีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เช่น ฤดูฝนอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการน้อยลง เนื่องจากการเดินทางไม่สะดวก เสี่ยงเกิดอันตรายจากถนนลื่น หรือผู้ใช้บริการบางท่านอาจเปียกหรือเหนียวตัวทำให้ไม่อยากออกจากบ้านไปใช้บริการธุรกิจสปา แต่นอกจากนี้ ฤดูกาลส่งผลบวกแก่ธุรกิจสปามากยิ่งขึ้นได้ เช่น การมอบประสบการณ์สปาที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับฤดูกาล นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศที่อากาศหนาวอาจจะมาเที่ยวมากขึ้นในฤดูร้อน ทำให้เศรษฐกิจในการท่องเที่ยวต่างๆดีขึ้น เนื่องจากธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย นับเป็นธุรกิจสปาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีทัศนศิลป์และธรรมชาติที่สวยงามสามารถดึงดูดผู้ใช้บริการได้มากขึ้น และจังหวัดเชียงรายถือเป็นเมืองแห่งศิลปะและเขตเศรษฐกิจสีเขียวส่งผลให้มีบรรยากาศที่สวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เจริญวัฒนธรรมและเชิงธรรมชาติ โดยการปรับให้บริการธุรกิจสปาให้มีการบริการตรงตามวัฒนธรรมและความเชื่อของท้องถิ่นสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการ เช่น ธุรกิจสปาจังหวัดเชียงรายมีการตกแต่งอย่างสวยงามตามวัฒนธรรมล้านนา เครื่องแต่งกายของพนักงานสปามีเอกลักษณ์ล้านนา หรือการใช้สินค้าท้องถิ่นของจังหวัดเชียงรายในการสร้างเอกลักษณ์ดึงดูดผู้ใช้บริการ เป็นต้น และ 6) **ด้านกฎหมาย (Legal Factor)** ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีการขอใบอนุญาตที่ถูกต้องก่อนการเปิดให้บริการ โดยการขอใบอนุญาตเปิดการประกอบกิจการธุรกิจสปากับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจต้องดำเนินการขอใบอนุญาตก่อนเปิดกิจการ หากมีการประกอบกิจการโดยไม่ได้รับอนุญาต จะมีโทษปรับไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (Ngamkittisongkun, 2566) ในการเปิดสถานประกอบการธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย บุคลากรผู้ให้บริการสปาทุกคนต้องมีใบรับรองหรือใบอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุขหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**1.2 ผลการวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจที่มีผลต่อธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย (Six Forces Model)** โดยการประเมินความสามารถในการแข่งขันและความน่าดึงดูดของคู่แข่งในตลาดธุรกิจสปาด้วยการวิเคราะห์กิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อช่วยกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจที่มีผลต่อธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย (Six Forces Model) โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ 1) **อำนาจต่อรองจากผู้ให้บริการ (Bargaining Power Of Customers)** ผลการวิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการมีผลต่อธุรกิจสปา อำเภอ

เมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า อำนาจต่อรองจากผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสปา เพราะผู้ให้บริการสามารถเลือกใช้บริการทดแทนที่หลากหลายได้ นอกจากนี้ ในยุคที่การสื่อสารหรือการหาข้อมูลที่สามารถทำได้ง่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ให้บริการมีความสามารถในการเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ได้โดยง่ายและรับรู้ถึงระบบการให้บริการและมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการสปา ดังนั้นผู้ให้บริการจึงสามารถเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ ราคา และอื่นๆ ผ่านการรีวิวจากผู้ที่เคยใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ทำให้ธุรกิจสปามีการแข่งขันสูง ส่งผลให้ผู้ให้บริการมีอำนาจต่อรองในระดับปานกลาง 2) **อำนาจต่อรองจากซัพพลายเออร์ (Power Of Suppliers)** ผลการวิเคราะห์อำนาจของซัพพลายเออร์ที่มีผลต่อธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง เนื่องจากธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นของจังหวัดเชียงรายมาใช้ในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา เพื่อสร้างความแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ โดยสินค้าที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าจากวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย สินค้าที่เป็นของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ยาหม่อง น้ำมันนวด น้ำมันหอมระเหย อุปกรณ์เสริมที่ช่วยในการทำสปา เป็นต้น และเนื่องจากสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอาจผลิตได้น้อยจากปัจจัยต่างๆ เช่น สภาพอากาศ ฤดูกาล ก็อาจส่งผลต่อการผลิตและระดับอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์อยู่ในระดับกลางได้ 3) **การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat Of New Entrants)** ผลการวิเคราะห์การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากธุรกิจสปามีโอกาสในการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต การพยายามเข้าสู่ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงรายของผู้ประกอบการรายใหม่มีโอกาสสำคัญเนื่องจากการเติบโตของธุรกิจสปาได้รับความนิยมและมีการต้องการจากตลาดทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีความต้องการในการรักษาสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้น ในอนาคตมีการคาดการณ์ว่าธุรกิจสปาจะมีการเติบโตสูงขึ้นประมาณร้อยละ 17 ทุกปี ไปจนถึงปี พ.ศ. 2568 และมีรายได้เพิ่มขึ้นกว่า 150.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (Bangkok Business, 2022) ดังนั้น ปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลให้เกิดคู่แข่งหน้าใหม่เข้ามามีบทบาทต่อส่วนแบ่งทางการตลาดจากการเติบโตของธุรกิจสปา 4) **การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat Of Substitutes)** ผลการวิเคราะห์ภัยคุกคามจากสินค้าและบริการทดแทนของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับ ปานกลาง เนื่องจากธุรกิจสปาเป็นการบริการที่เน้นการผ่อนคลายและการเสริมสุขภาพทำให้ผู้ให้บริการรู้สึกสบาย และได้รับประโยชน์ทางสุขภาพต่างๆ ทำให้มีภัยคุกคามจากสินค้าและบริการทดแทนที่หลากหลาย สินค้าและบริการทดแทน ยกตัวอย่างเช่นเกลือขัดผิวที่มีราคาถูกกว่า สบู่สครับจากธรรมชาติ การให้บริการฉีดหน้า การเติมกลูต้าและวิตามินเข้าสู่ผิว หรือการสร้างความงามผ่านบริการสปาและเสริมความงาม อีกทั้ง ยังมีอาหารเสริมที่ช่วยดูแลสุขภาพและความงาม เช่น วิตามินและอาหารเสริมต่างๆ ทั้งนี้ ความหลากหลายของสินค้าทดแทนทำให้ผู้ให้บริการมีตัวเลือกมากมายในการดูแลตัวเอง และลดความต้องการใช้บริการจากธุรกิจสปา 5) **การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)** ผลการวิเคราะห์การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับปานกลาง จากข้อมูลกระทรวงสาธารณสุขในระดับเขตจังหวัดเชียงรายได้มีผู้ขอขึ้นทะเบียนสถานประกอบการธุรกิจสปา 13 แห่ง จากสถานประกอบการสปาทั้งหมด 5,382 แห่ง ทั่วประเทศที่ขึ้นทะเบียนแล้วและสถานประกอบการสปาที่กำลังขอขึ้นทะเบียนทั้งหมด 5,300 แห่ง โดยผ่านการรับรองแล้ว 2,705 แห่ง รอดำเนินการอีก 2,561 แห่ง (Office of Industrial Promotion and Integrated Medical Services, Ministry of Public Health, n.d.) ดังนั้น หากพิจารณาถึงการแข่งขันในระดับประเทศ การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสปาควรอยู่ในระดับสูง แต่หากมองในระดับเขตหรือในจังหวัดเชียงราย การแข่งขันของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสปาควรอยู่ในระดับปานกลาง และ 6) **สินค้า**

**ที่ต้องใช้ร่วมกัน (Complementary Products)** ในการวิเคราะห์สินค้าที่ต้องใช้ร่วมกันอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีการจัดหาและการให้บริการสินค้าที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในการให้บริการสปาอย่างครบวงจร เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว น้ำมันหอมระเหย และอื่น ๆ ที่สร้างความผ่อนคลายและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจในการใช้บริการสปา ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสปาสามารถซื้อสินค้าเหล่านี้ได้ตรงจากร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์สปา ร้านค้าทั่วไปหรือที่ธุรกิจสปาได้จัดหาสินค้าไว้ให้ผู้ใช้บริการ การขายผลิตภัณฑ์ สปาในเมืองเชียงรายเป็นส่วนหนึ่งของรายได้ของธุรกิจสปา

### 1.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยการประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อให้ทราบถึงตำแหน่งปัจจุบันของธุรกิจสปาจังหวัดเชียงรายและปรับจุดแข็งของธุรกิจสปาให้สอดคล้องกับสถานะตลาดปัจจุบัน อีกทั้งเพื่อแก้ไขจุดอ่อนที่มีอยู่และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปาในอนาคต การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคจะประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ ดังต่อไปนี้ 1) **จุดแข็ง (Strengths)** ผลการวิเคราะห์จุดแข็งธุรกิจสปาในเชียงราย มีดังต่อไปนี้ (1) ธุรกิจสปาที่มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน คือ ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีลำดับชั้นงานที่มีโครงสร้างชัดเจน เช่น ผู้จัดการ พนักงานต้อนรับ ผู้ฝึกสอน ผู้ให้บริการสปา และนักบำบัด โดยแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบเฉพาะ (2) ช่องทางการสื่อสาร คือ ธุรกิจสปามีการใช้ช่องทางในการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ เช่น Facebook, TikTok, LINE อีเมล โทรศัพท์ ความร่วมมือกับโรงแรม ผู้ให้บริการรถรับส่ง เป็นต้น (3) การพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง คือ ธุรกิจสปามีการรวบรวมความคิดเห็นของผู้ใช้บริการผ่านแบบสำรวจหลังการบริการ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและปรับแต่งรูปแบบการบริการได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น การบริการที่ตรงต่อเวลา ความเอาใจใส่ของพนักงาน การบริการของพนักงาน ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ (4) มีเอกลักษณ์ของตนเอง คือ ธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงรายมีเอกลักษณ์ของตัวเองเพื่อใช้ในการดึงดูดผู้ใช้บริการ คือ การบริการ โปรแกรมสปา การตกแต่งสถานที่ วัตถุดิบที่ใช้ในการบริการ เป็นต้น (5) ธุรกิจสปาให้บริการที่หลากหลาย เช่น การสปาเท้า การสปาน้ำมัน และการสปาผิว การบำรุง นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์สปาที่คัดสรรมาอย่างดีจากพันธมิตรทางธุรกิจและวิสาหกิจชุมชน มีความปลอดภัยและคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (6) ธุรกิจสปานำเน้นการสร้างความรักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty Focus) ตั้งใจสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้ซ้ำ ไม่ว่าจะเป็นการทำให้ผู้ใช้บริการใจในการนัดของพนักงาน คุณภาพการบริการที่ดีและคุ้มค่า และการมอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น (7) มีการควบคุมทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ธุรกิจสปาที่มีระบบที่เป็นที่ยอมรับในการควบคุมการดำเนินงาน รวมถึงกระบวนการติดตาม การบริหารจัดการทรัพยากร การจัดการสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การติดตามการหมักหมยและการบริการจัดการสินค้าที่มีประสิทธิภาพ (8) มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ ธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีการนำผลิตภัณฑ์และพืชสมุนไพรในท้องถิ่นมาใช้ในการให้บริการลูกค้า นอกจากนี้ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่ผลิตจากวิสาหกิจชุมชนให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจที่เป็นเอกลักษณ์ได้ (9) พันธมิตรในการทำธุรกิจที่หลากหลาย คือ โดยธุรกิจสปาเชียงรายมีการร่วมมือกับพันธมิตรด้านบริการขนส่ง โรงแรม สนามบิน และธุรกิจอื่น ๆ เช่น การบริการสปาในระหว่างรอขึ้นเครื่องบินที่สนามบิน เป็นต้น (10) มีการใช้สถิติวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและความต้องการของผู้ใช้บริการ เนื่องจากธุรกิจสปาบางแห่งได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไว้ ดังนั้น จึงสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อวางแผนการบริการและการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการใหม่รักษา

ผู้ให้บริการเก่าได้ในอนาคต (11) แพ้คู่แข่งส่งเสริมการขาย ธุรกิจสปาเชียงรายได้มีการสร้างแพ็คเกจพิเศษในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวสามารถดึงดูดผู้ให้บริการได้มากขึ้น นอกจากนี้ มีกลยุทธ์การนำเสนอการส่งเสริมการขาย ส่วนลด และพันธมิตรด้านบริการขนส่งมีการร่วมมือกับโรงแรมและธุรกิจอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการขายร่วมกัน 2) **จุดอ่อน (Weakness) ผลการวิเคราะห์จุดอ่อนธุรกิจสปาในเชียงราย มีดังต่อไปนี้** (1) พนักงานสปาอำเภอเมืองเชียงรายไม่เพียงพอและบางส่วนขาดทักษะการทำงานสปาที่ถูกต้อง โดยบุคลากรที่มีประสิทธิภาพขาดแคลน ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวที่มีผู้ให้บริการจำนวนมาก (2) ด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ คือ พนักงานสปาขาดความรู้ด้านภาษาต่างประเทศทำให้ขาดทักษะด้านการสื่อสาร (3) ด้านความพร้อมของสถานที่ให้บริการ เช่น ในช่วงที่มีผู้ให้บริการมาใช้บริการสปาพร้อมกัน ทำให้สถานที่ให้บริการสปาไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการหรือเกิดเหตุขัดข้องต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้าดับ น้ำไม่ไหล เป็นต้น (4) จุดอ่อนด้านราคา เนื่องจากราคาในการใช้บริการสปาค่อนข้างสูงกว่าร้านนวด ดังนั้น ผู้ใช้บริการอาจมีความลังเลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการและไปใช้บริการร้านนวดซึ่งมีราคาถูกกว่า (5) ภาพลักษณ์ภายนอก แม้ว่าบรรยากาศทางกายภาพจะได้รับการดูแลอย่างดี แต่ก็อาจทำให้ผู้ใช้บริการคิดว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการค่อนข้างสูง นอกจากนี้ โอกาสที่จะปรับปรุงภาพลักษณ์ภายนอกและตราสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการและสร้างความน่าเชื่อถือได้มาตรฐานมากขึ้น (6) การพึ่งพาผู้ให้บริการประจำ แม้ว่าการมีผู้ให้บริการประจำเป็นจุดแข็ง แต่ก็อาจมีความเสี่ยงในการพึ่งพาผู้ให้บริการกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป จึงจำเป็นต้องมีความพยายามในการดึงดูดผู้ให้บริการใหม่ เพื่อขยายฐานผู้ให้บริการให้เพิ่มขึ้น (7) ขาดเอกลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการเทคโนโลยีที่ทันสมัย คือ ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายบางแห่งยังขาดผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และการให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย (8) ธุรกิจสปาไม่เป็นที่รู้จัก คือ ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย บางแห่งยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการจึงส่งผลต่อผลการดำเนินการของธุรกิจสปา 3) **โอกาส (Opportunities) ผลการวิเคราะห์โอกาสธุรกิจสปาในเชียงราย มีดังต่อไปนี้** (1) การเพิ่มขึ้นของแนวโน้มดูแลสุขภาพ โดยการวิจัยของสถาบัน Global Wellness Institute พบว่า เศรษฐกิจด้านสุขภาพทั่วโลกทำสถิติสูงสุดที่ 5.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์ว่าจะสูงถึง 8.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี ค.ศ. 2570 ดังนั้นสปาเมืองเชียงรายจึงสามารถใช้โอกาสนี้ในการพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของแนวโน้มดูแลสุขภาพ (2) กระทรวงสาธารณสุข ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) โดยมีการสปานวดเพื่อสุขภาพ สมุนไพร และผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากกัญชา กัญชา ที่ผ่านการรับรองคุณภาพให้บริการในสถานประกอบการที่มีการควบคุมกำกับมาตรฐานความปลอดภัย จากที่กล่าวมาสปาเมืองเชียงรายสามารถนำผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากกัญชาและกัญชา ที่ผ่านการรับรองมาใช้ในการให้บริการได้ (3) การบูรณาการทางเทคโนโลยี ปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่างๆ มากมายที่เกิดขึ้นใหม่ ดังนั้น การสำรวจและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการและการทำงานให้ดียิ่งขึ้นและสามารถสร้างจุดเด่นให้กับธุรกิจสปาอาจเป็นโอกาสในการดึงดูดผู้ให้บริการ เช่น การนำเทคโนโลยีการสื่อสารและการตอบรับมาใช้ในการสำรวจออนไลน์และแพลตฟอร์มการสื่อสารดิจิทัล การนำเครื่องสปาผิวแบบร้อนเย็นที่ช่วยในการบำรุงและทำความสะอาดผิว เครื่องนวดสลายไขมันมาให้บริการผู้ให้บริการเพื่อให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ เป็นต้น (4) ฐานผู้ให้บริการต่างประเทศ ธุรกิจสปาในอำเภอเมืองเชียงรายมีกลุ่มผู้ให้บริการเป้าหมายผู้ให้บริการทั้งในและต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการ ได้ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้มีความตื่นตัวและสามารถสร้างรายได้มหาศาลเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น กลุ่มผู้ให้บริการต่างชาติจึงเป็นโอกาสในการขยายฐานผู้ให้บริการให้ครอบคลุมลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะจากเกาหลี จีน และญี่ปุ่น ถือเป็นโอกาสสำคัญในการเติบโตของธุรกิจสปา (5) กระแสนิยมด้านความงาม ในปัจจุบันที่ผู้คนให้ความสนใจในการดูแลรักษาสุขภาพและความงามกันมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเสริมความงามเติบโต ธุรกิจสปาถือว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจ



เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม จึงสามารถใช้กระแสนิยมด้านความงามนี้เพื่อให้ธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงรายเติบโตขึ้นได้ในอนาคต 4) อุปสรรค (Threats) ผลการวิเคราะห์อุปสรรคธุรกิจสปาในเชียงราย มีดังต่อไปนี้ (1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ การรักษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้อยู่ในระดับสูงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ดังนั้น ควรมีการตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้ให้บริการได้รับความพึงพอใจจากบริการและกลับมาใช้ซ้ำอย่างต่อเนื่อง และการไม่ปฏิบัติตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการอาจทำให้ความภักดีต่อแบรนด์ธุรกิจสปาลดลง (2) คู่แข่ง คือ สปาอำเภอเมืองเชียงรายมีการแข่งขันกันหลากหลายด้าน เช่น ด้านราคา ด้านเอกลักษณ์ ด้านโปรโมชั่น ด้านการบริการ และด้านอื่นๆ กับสปาอื่นๆ ซึ่งในการเผชิญกับคู่แข่งจากสปาอื่นๆ ไม่สามารถทำสงครามราคาเพื่อดึงดูดผู้ให้บริการได้ ดังนั้น จึงต้องทำให้ธุรกิจสปาสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและดึงดูดผู้ให้บริการด้วยการบริการและผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น (3) ในฤดูกาลท่องเที่ยว การจัดการความต้องการที่สูงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวอาจเป็นอุปสรรค เนื่องจากฤดูหนาวซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ผู้ให้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวจะเข้ามาจำนวนมากจนอาจก่อให้เกิดปัญหา ไม่ว่าจะเป็นสถานที่บริการไม่เพียงพอ พนักงานให้บริการไม่เพียงพอและอื่นๆ ดังนั้น ควรกำหนดกลยุทธ์ในการรับสถานการณ์ต่างๆ เอาไว้ เช่น การจองล่วงหน้า การขยายเวลาทำการ และการสื่อสารกับผู้ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยบรรเทาปัญหานี้ได้ (4) การแข่งขันทางการตลาด ในปัจจุบันผู้คนดำเนินชีวิตกันอย่างรวดเร็วและพฤติกรรมผู้บริโภคได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามไปด้วย เนื่องจากอุตสาหกรรมธุรกิจสปามีการแข่งขันสูง ส่งผลให้ธุรกิจสปาต้องปรับตัวไปตามกระแสนิยมหรือแนวโน้มตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภคและอื่นๆ (5) อุปสรรคทางเศรษฐกิจ ความผันผวนทางเศรษฐกิจอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ให้บริการ เช่น เศรษฐกิจซบเซาในช่วงเชื้อไวรัสโควิด 19 ระบาดที่ผ่านมา ทำให้รายได้ประชากรบางส่วนลดลง ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจของผู้ใช้บริการที่จะใช้จ่ายกับบริการหรูหรา เช่น สปาพรีเมียม ดังนั้น ธุรกิจสปาที่อำเภอเมืองเชียงรายจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบส่งผลให้มีรายได้ลดลง (6) การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณาที่มีต้นทุนสูงบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook อาจไม่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจสปา เนื่องจากตลาดเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการทั้งในและต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งส่วนมากเป็นผู้ให้บริการชาวต่างชาติ อาจไม่ตอบสนองต่อการส่งเสริมการตลาดดังกล่าว เพราะผู้ให้บริการต่างชาติส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ Facebook ในการติดต่อสื่อสารหรือรับข่าวสารต่าง ๆ (7) การพึ่งพาการท่องเที่ยว ความเปราะบางต่อความผันผวนของการท่องเที่ยวที่เกิดจากปัจจัยภายนอกไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ในสถานการณ์การทำสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครนหรืออิสราเอลกับฮามาส ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมันสูงขึ้น ทำให้ผู้คนระมัดระวังในการใช้จ่าย ดังนั้น จึงส่งผลให้ผู้ให้บริการมีความลังเลในการให้บริการธุรกิจสปา (8) ความสามารถในการปรับตัวต่ออุปสรรค โดยการดำเนินการวางแผนในเชิงรุกเพื่อแก้ไขปัญหาและความมุ่งมั่นในการปรับปรุงกระบวนการบริการและการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอทำให้มั่นใจได้ว่าธุรกิจจะยังคงสามารถแข่งขันได้โดยการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของธุรกิจสปา

## 2. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis) การวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจที่มีผลต่อธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย (Six Forces Model) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ (SWOT Analysis) จึงสามารถสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์การสร้างกลยุทธ์จากสภาพแวดล้อมของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย (TOWS Matrix)

| กลยุทธ์เชิงรุก (SO)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-ใช้นวัตกรรมสร้างโปรแกรมสปาที่มีเอกลักษณ์ โดยใช้ประโยชน์จากบริการสปาที่หลากหลายเพื่อสร้างโปรแกรมสปาที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่สอดคล้องกับกระแสนิยมด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของร้านสปา</li> <li>-จากการที่สปาโครงสร้างสปาที่มีการจัดการอย่างดีและการควบคุมทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>-มีการใช้สถิติวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>-นำเทคโนโลยีมาสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานบริการสปาให้สอดคล้องกับโครงการเริ่มการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ</li> <li>-ใช้ภาพลักษณ์เชิงบวกของแบรนด์และความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความคาดหวังในความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับสูง</li> <li>-แก้ไขจุดอ่อนทางภาษาผ่านโปรแกรมการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นผู้ใช้บริการในระดับสากลเพื่อดึงดูดฐานผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น</li> <li>-นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเพื่อเพิ่มรายได้จากการบริการ</li> </ul>                                                          |
| กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | กลยุทธ์เชิงรับ (WT)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-สร้างเอกลักษณ์ของร้านสปา เพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่งโดยการปรับปรุงพัฒนาสปาและพนักงานของสปาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังนำผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์มาเพิ่มจุดเด่นแก่ธุรกิจ</li> <li>-ใช้ช่องทางการสื่อสารต่างๆ มาประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้ใช้บริการเก่าและใหม่ได้รับรู้ได้มากขึ้น</li> <li>-เมื่อมีอุปสรรคทางเศรษฐกิจสปาต้องรักษารฐานผู้ใช้บริการโดยใช้หลักการบริหารจัดการความสัมพันธ์ผู้ใช้บริการเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการเก่า</li> <li>-รักษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยการใช้หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-ลดความเปราะบางด้านราคาโดยการปรับตัวให้เข้ากับความผันผวนทางเศรษฐกิจและเสนอแพ็คเกจพิเศษในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว</li> <li>-เอาชนะความท้าทายด้านการท่องเที่ยวตามฤดูกาลด้วยการนำเสนอโปรโมชั่นเฉพาะในแต่ละฤดูกาล</li> <li>-สร้างแคมเปญการตลาดที่ราคาเหมาะสมเพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ</li> <li>-ในฤดูการท่องเที่ยวสถานที่ให้บริการสปาอาจไม่พอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการจึงต้องมีการจัดการให้ผู้ใช้บริการนั่งลวงหน้าเพื่อที่สถานประกอบการจะสามารถจัดตารางงานได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการการนัดหมาย</li> </ul> |

จากตารางที่ 1 สามารถเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดยมีกลยุทธ์การพัฒนาดังนี้

2.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) โดยใช้แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดและแนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์เชิงรุกของธุรกิจสปา โดยในด้านการตลาดจะดำเนินการวิจัยตลาดเป็น

ประจำเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย เก็บข้อมูลความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและระบุความต้องการของผู้ใช้บริการ การทำความเข้าใจตลาด การกำหนดราคาที่เหมาะสมต่อสินค้าและบริการ และการสร้างข้อเสนอที่ไม่เหมือนใครให้กับธุรกิจสปาจังหวัดเชียงราย ในด้านแนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เนื่องจากปัจจุบันผู้คนหันมาสนใจแนวโน้มการรักษาสุขภาพและความงามกันมากยิ่งขึ้นและภาครัฐได้ให้การสนับสนุนในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยการให้บริการสอดคล้องกับนโยบายและมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด สำรองความร่วมมือกับธุรกิจและโรงแรมในท้องถิ่นเพื่อสร้างแพ็คเกจเพื่อสุขภาพที่ครอบคลุมการบริการสปา ดังนั้น ธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงรายจึงควรเน้นการใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและสปาที่รีเมนต์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของล้านนาเพื่อดึงดูดผู้ให้บริการ โดยการร่วมมือกับช่างฝีมือท้องถิ่นและซัพพลายเออร์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์สปาสุดพิเศษ แนะนำแพ็คเกจสปาและที่รีเมนต์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากงานศิลปะ ฤดูกาลหรือวัฒนธรรม เน้นถึงประโยชน์ของการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในสื่อสารทางการตลาดและแคมเปญส่งเสริมการขายความเป็นธุรกิจสปาจังหวัดเชียงราย

2.2 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ใช้แนวทางการพัฒนาด้านลูกค้าสัมพันธ์ เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปาจังหวัดเชียงราย โดยจะมีการพูดคุยสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีการจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการเดิม เพื่อส่งเสริมการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สร้างโปรโมชั่นสมาชิกหรือแพ็คเกจพิเศษที่สามารถให้ผู้ใช้บริการได้รับสิทธิพิเศษและส่วนลดพิเศษเนื่องในโอกาสและเทศกาลต่างๆ เช่น โปรโมชั่นวันเกิดของสมาชิก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและน่าพอใจให้แก่ผู้ให้บริการในขณะที่ผู้ให้บริการมาใช้บริการสปา เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่มีคุณภาพสูง การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือการบริการที่ปรับปรุงสุขภาพและความงามตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาจังหวัดเชียงราย

2.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ใช้แนวทางการพัฒนาด้านพนักงาน เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปา โดยการมุ่งเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาโปรแกรมการให้บริการอย่างต่อเนื่องสำหรับพนักงาน สปาอำเภอเมืองเชียงราย เพื่อเพิ่มทักษะและปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มของธุรกิจสปา นอกจากนี้ ยังมีการฝึกอบรมพนักงานใหม่และพนักงานเก่าเพื่อให้มั่นใจว่าบริการจะสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยจัดการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับเทคนิคการสปาใหม่ๆ การบริการผู้ให้บริการ ทักษะการสื่อสาร ทักษะภาษาต่างประเทศ และการแก้ปัญหา การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติเกี่ยวกับการทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการและการรับมือกับความท้าทายที่หลากหลาย ส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมการประชุมและการอบรมเชิงปฏิบัติการในธุรกิจสปาเพื่อรับทราบกระแสและเทคนิคสปาที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการในยุคปัจจุบัน

2.4 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) โดยใช้แนวทางการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปา โดยในด้านนวัตกรรมควรมีการนำเครื่องสปาผิวแบบร้อนเย็นที่ช่วยในการบำรุงและทำความสะอาดผิว เครื่องนวดสลายไขมัน การใช้สายน้ำบำบัด และอื่นๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้ให้บริการ นอกจากนี้ มีการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพเพื่อการจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพสำหรับการให้บริการสปา และการบริหารจัดการธุรกิจสปา การกำหนดเวลา การติดตามทรัพยากร และการควบคุมสินค้าคง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกำหนดเวลาบริการและการจัดสรรทรัพยากร นอกจากนี้ ควรมีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดของเสียและรับประกันความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ จากที่กล่าวมาการใช้ระบบการจัดการสปาที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยสปาอำเภอเมืองเชียงรายแก้ปัญหาในเรื่องบุคลากรไม่เพียงพอได้อีกด้วย

## สรุปผล

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis) การวิเคราะห์การแข่งขันทางธุรกิจที่มีผลต่อธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย (Six Forces Model) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ (SWOT Analysis) พบว่า ธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในด้านสภาพแวดล้อมของธุรกิจสปา บางแห่งยังขาดบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ขาดทักษะด้านการสื่อสารและขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ขาดเอกลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้น แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสปา ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ประกอบด้วย การพัฒนาด้านการตลาด โดยการดำเนินการวิจัยตลาดเป็นประจำเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการปรับแต่งบริการและผลิตภัณฑ์ตามข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย และการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ โดยเน้นการใช้ผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงรายและสปาที่โดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเชียงรายเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ 2) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) คือ การพัฒนาด้านการรักษาฐานผู้ใช้บริการ โดยจะมีการสร้างฐานข้อมูลของผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีการจัดกิจกรรมหรือโปรโมชั่นพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการเก่าและใหม่ เพื่อส่งเสริมการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) คือ การพัฒนาด้านบุคลากร โดยการมุ่งเน้นการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องสำหรับพนักงานสปา และ 4) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) คือ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพเพื่อการจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้บริการและเกิดการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง จากที่กล่าวมาข้างต้นควรจัดลำดับในการดำเนินการด้วยกลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นอันดับแรก จากนั้นดำเนินการพัฒนากลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และ กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ได้อภิปรายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากการศึกษาวิจัยสามารถอภิปรายได้ ดังนี้

ผลการอภิปรายผลการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ธุรกิจสปาอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบปัญหาด้านการตลาด ดังนั้น จึงเกิดแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุก เช่น การสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและดำเนินการวิจัยตลาดเป็นประจำเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ จัดทำโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Wanasiri, 2021 : 38 - 53) พบว่า ทั้งโรงแรมและรีสอร์ทสปาและเดย์สปาทั้งคู่ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเน้นด้านโปรโมชั่นเหมือนกันซึ่งในกลุ่มผู้ใช้บริการพบว่าโปรโมชั่นและองค์ประกอบทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านบุคลากร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Mengkwang. and Insun, 2022) : 66) พบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการที่มีต่อโปรโมชั่นสปาต้านพนักงานต้อนรับมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบรรยากาศ ด้านที่ริตเมนต์ และด้านพนักงานนวด ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ( Phromhitathon, 2017: 70) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day spa ของผู้ใช้บริการ โดยเรียงลำดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของสาขาที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการและการแต่งกายของพนักงาน ปัจจัยด้านราคาและความเหมาะสมของระยะเวลา

การให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและความรู้ในการให้บริการของพนักงาน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการอธิบายขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจนตามลำดับ

ผลการอภิปรายแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปา อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัญหาด้านบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดแนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Damrongbhutthimeta et al. (Damrongbhutthimeta et al, 2019 : 190) คือ สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปา โดยเรียงจากมากไปน้อย ด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกายภาพและการนำเสนอ อยู่ในระดับมากและด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (KlanPhakdee, 2017 : 138) ด้านการรับรู้คุณภาพของมาตรฐานการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพทั้ง 4 ด้าน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวรับรู้คุณภาพด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ 2) ด้านสถานที่ 3) ด้านการบริการ และ 4) ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อุมพร ศรีอุบล และวิษระ ยี่สุนเทศ (Sri-unlee. and Yisun Thet, 2019 : 78-80) พบว่าปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาดเช่นผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสำคัญต่อการใช้บริการสปา ในขณะที่ปัจจัยทางการตลาดเช่นผลิตภัณฑ์ การบริการรวดเร็ว และบุคคล พนักงานให้ความรู้และความชำนาญ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาที่มีนัยสำคัญทางสถิติด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปามาก

จากการศึกษาพบข้อจำกัดการวิจัยในด้านแนวโน้มพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วประกอบกับอิทธิพลแนวโน้มการรักสุขภาพและความงามที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจสปาจังหวัดเชียงรายควรมีความยืดหยุ่นสูงและสามารถปรับตัวตามการแข่งขันที่แตกต่างอย่างเหมาะสมต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการธุรกิจสปาสามารถนำข้อมูลการศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจสปาทั้ง 4 กลยุทธ์ไปใช้ในการวางแผน ส่งเสริม และพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจของธุรกิจสปาได้
2. ด้านแนวทางการพัฒนา หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลการศึกษานี้ไปใช้ในการส่งเสริมสนับสนุนและวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจหรือส่งเสริมให้ธุรกิจสปาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายหลังยุควิถีปกติใหม่ (New Normal) โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการธุรกิจสปา เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจของธุรกิจสปาในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ธุรกิจสปาเมืองเชียงรายมีความสามารถในการสร้างสรรค์ธุรกิจสปาที่ยั่งยืน โดยการศึกษาแนวโน้มในการให้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้วัสดุที่ยั่งยืน และกิจกรรมที่สนับสนุนความยั่งยืน นอกจากนี้ ควรมีการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจสปาได้อีกด้วย

### เอกสารอ้างอิง

- “Top 10 provinces with the most elderly people in Thailand.” *Thai rat online*, October 11, 2023. <https://www.thairath.co.th/lifestyle/lifestyle45plus/2731867> (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- “Transforming the tourism industry, TAT the hero in the economic crisis.” *Thai rat online*, June 15, 2023. [https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand\\_econ/2701763](https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2701763) (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Bangkok Business. (2022). “Spa” business is expected to grow 17% per year after the COVID-19 crisis.” Last modified January 18, 2022. <https://www.bangkokbiznews.com/social/983284> (Retrieved November 17<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Bank of Thailand. (2023). “Results of the Monetary Policy Committee Meeting No. 6/2023.” Last modified November 29, 2023. <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20231129.html> (Retrieved November 17<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Chatrakul Na Ayutthaya, Y. (n.d.). “AI Marketing in Digital World.” Last modified n.d. <https://www.depa.or.th/th/article-view/ai-ai-marketing-digital-world> (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Chiang Rai Integrated Provincial Administration Committee. (2021). “Chiang Rai Provincial Development Plan 2023 - 2027.” Last modified May 18, 2023. <https://www.chiangrai108.com/pr/14531/> (Retrieved February 7<sup>th</sup>, 2024). (In Thai)
- Chiddee, T. (2022). “PESTEL analysis: a tool for analyzing external factors.” Last modified August 25, 2022. <https://www.ubu.ac.th/web/kmubu/km/content-323/> (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Damrongbhutthimeta, P., Muenwiharn, J., Morsin, P., Meemana, J. & Chaiwang, N. (2019). Decision making on using spa massage services in Mueang District, Phayao Province. *The Journal of Sirindhornparithat*, vol. 20 No.2 (2019), 186-198. (In Thai)
- Department of Health Service Support. (2023). “The Department of Health Service Support joins with partners to drive the elevation of health tourism routes, pushing Thailand to become a world-class tourism leader.” Last modified August 21, 2023. <https://prgroup.hss.moph.go.th/info/news/1502> (Retrieved August 18<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Department of Older Persons Affairs. (2021). “10 business trends that will be popular in the future to support the aging society.” Last modified March 3, 2021. <https://www.dop.go.th/th/know/15/494> (Retrieved August 18<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Klanphakdee, P. (2017). “Factors of international standard health spa establishments that influence the satisfaction of foreign tourists in using services.” Master of Arts Thesis, Dhurakij Pundit University, 2017. (In Thai)

- Marketeer Team. (2020). "Spa-Massage: A Market with Tens of Thousands of Players and Another One in the Stock Exchange." Last modified January 3, 2020.  
<https://marketeeronline.co/archives/138860> (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Mengkhwang, M., and Insun, Th. (2022). "Spa promotion to increase sales and customer satisfaction at Hilton Hua Hin Resort & Spa." *Santapol College Academic Journal* Vol. 8, No.1 (2022), 58-68. (In Thai)
- National Economic and Social Development Board. (2023). "Master Plan under the National Strategy (2023-2037) Amended Edition." Last modified March 8, 2023.  
<http://nscr.nesdc.go.th/master-plans/> "Retrieved November 9<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Ngamkittisongkun, T. (2023). "5 Things You Need to Know Before Opening a Massage Shop, Spa, Legally (Updated 2023)." Last modified September 19, 2023.  
<https://thaihandmassage.com/blogs/5-สิ่งที่ต้องรู้ก่อนเปิดร้านนวด-ร้านสปา ถูกต้องตามกฎหมาย/> (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Office of Industrial Promotion and Integrated Medicine, Ministry of Public Health. (2023). "Spa Shop Thailand." Last modified (n.d.).  
[https://www.thailandmedicalhub.net/wellness\\_hub/spa\\_shop](https://www.thailandmedicalhub.net/wellness_hub/spa_shop) (Retrieved December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Phromhitathon, S. (2017) "Factors affecting satisfaction in using health spa services, Day spa type, of service users in Bangkok and its vicinity." Independent study for Master of Business Administration, Thammasat University, 2017. (In Thai)
- Sri-unlee, U. and Yisun Thet, W. (2019). "Marketing mix factors affecting spa service usage behavior in hotels in Bangkok, Bangkok." *Santapol College Academic Journal*, Vol.5 No.2 (2019), 70-81. (In Thai)
- Thansettakij. (2023). "Looking at the direction of the Wellness Economy, growing strongly by 8.5 trillion dollars by 2027." Last modified November 12, 2023.  
<https://www.thansettakij.com/health/wellbeing/580828> (Retrieved November 17<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- The Business Research Company. (2023). "Spa Market Size, Trends and Global Forecast To 2032." Last modified January 2025. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/spa-global-market-report> (Retrieved on December 20<sup>th</sup>, 2023).
- TODAY Bizview. (2023). "UOB reveals survey results of Thai consumers, more than 72% are concerned about the economic slowdown, spending more carefully than before." Last modified September 29, 2023. <https://workpointtoday.com/uob-thai-consumer-survey/> (Retrieved on December 20<sup>th</sup>, 2023). (In Thai)
- Wanasiri, S. (2021). "STRATEGIC MANAGEMENT FOR THE IMPACT OF COVID-19 IN HEALTH WELLNESS AND SPA THAI BUSINESS." Independent study for Master of Management, Mahidol University, 2021. (In Thai)