

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกกับธุรกิจสปาในเขต
อำเภอเมืองเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียง

ผู้เขียน นางเอี่ยมพร วิมลไชยจิต

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์กาญจนา ไชคถาวร กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสิต พันธมิตร กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกกับธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียงโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ทบทวนและวิเคราะห์นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค (2) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกกับธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ และ (3) วิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาธุรกิจสปาบนพื้นฐานของส่วนประสมการตลาดและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการศึกษา รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปา และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ 185 คน ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดถูกนำไปวิเคราะห์โดยสถิติพรรณนา ในรูปความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียง มีการขยายตัวอย่างมากในช่วงเวลา 5 ปี ที่ผ่านมา ซึ่งก่อนหน้านี้ได้ให้บริการในลักษณะนวดแผนไทยหรือนวดแผนโบราณ ธุรกิจสปาที่ขยายตัวขึ้น พบทั้งในลักษณะของการให้บริการสปาโดยตรงและในลักษณะของธุรกิจร่วมหรือธุรกิจลูกของโรงแรม ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางเลือกกับการขยายตัวของธุรกิจสปา พบว่ามีความเชื่อมโยงกันทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม เช่น กรณีของการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ และการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ เป็นต้น สุดท้าย คือ การศึกษานี้พบว่า ส่วนประสมการตลาดและองค์ประกอบของ

การท่องเที่ยว คือ ปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาเป็นพิเศษ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น

ในส่วนของนโยบายการท่องเที่ยวทางเลือกระดับประเทศและระดับจังหวัดล้วนผลักดันให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสปามากขึ้น โดยเฉพาะนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธุรกิจสปาถือเป็นองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมาใช้บริการค่อนข้างมากที่พบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีผู้ใช้บริการธุรกิจสปาเป็นกรณีพิเศษ คือการที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ บุคลิกภาพ และความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการ และการนำภูมิปัญญาไทยมาผสมผสาน

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left, with a traditional Thai umbrella (parasol) above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Alternative Tourism Promotion Polycys and Spa Business
in Mueang Chaing Mai District and Vicinity

Author Mrs. Aermpon Wimonchaichit

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Professor Dr.Manat Suwan Chairperson

Associate Professor Kanjana Choktawon Member

Assistant Professor Dr.Nisit Pantamit Member

ABSTRACT

The study entitled, Alternative Tourism Promotion Policies and Spa Business in Mueang Chiang Mai District and Vicinity, aimed to (1) review and analyze tourism promotion policies involving in micro and macro spa business, (2) analyze the linkage between alternative tourism promotion policies and spa business in Chiang Mai Province, and (3) find out the strategies based upon the 7Ps of service marketing mix factors and 3As of tourism elements to enhance the operation of spa business. Research data were compiled from 3 sample groups including entrepreneurs, tourists who took spa services, and other related people. Total amount of respondents from the mentioned groups were 185 people. All collected data were then analyzed by descriptive statistic composed of frequency, and percentage, as well as the content analysis.

According to the study, it could be summarized that spa business in Mueang Chiang Mai District and vicinity, developed from Thai massage or traditional massage businesses, had been highly expanded 5 years ago. Those expanded spa business was found in both spa service type of business and joint venture or affiliated business of some hotels. It was found out that the alternative tourism promotion policies and the expansion of spa business were connected in both direct and indirect ways, as being seen through the facilities offered for spa business operation, the support done for

publicizing, and the trainings which helped gaining knowledge and understanding of spa entrepreneurs, for example. In summary, it was mentioned that the 7Ps of service marketing mix factors and the 3As of tourism elements were the key factors that the entrepreneurs must pay attention to, so that their business could be operated smoothly.

It was also found out that the alternative tourism promotion policies both in national and provincial levels helped carrying forward to the expansion of spa business. It was specified that the spa-for-health tourism policy was the major element which drew quite a lot of attention from both Thai and foreign tourists to take spa services. Furthermore, it was indicated that the significant factors which welcomed customers to take spa services the most were the safety of customers as the first given priority, the personalities and skills of service providers, and the integration of Thai indigenous knowledge with spa services.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved