

โมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19*

THE MODEL FOR DEVELOPING CUSTOMER LOYALTY IN THE SPA AND MASSAGE BUSINESS AFTER THE SPREAD OF THE COVID-19 PANDEMIC

¹กิตติภัทท์ ปรีดาธรรม* และ²อติชาติ โรจนกร

Kittipat Preedatham and Atichat Rotjanakorn

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี

¹Burapha Business School, Burapha University, Chonburi, Thailand

²บริษัท นูอโอโว พลัส จำกัด จังหวัดระยอง

²Nuovo Plus Company Limited, Rayong, Thailand

*Corresponding author Email: kittipat@buu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ จิตวิทยาบริการ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย 2) เพื่อพัฒนาโมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยทฤษฎีฐานราก เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากข้อคำถามที่ถูกพัฒนาจากทฤษฎีและได้รับความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทยเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก และพบความอึดตัวของข้อมูลที่จำนวน 20 คน ผลการวิจัยพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ จิตวิทยาบริการ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ รวมไปถึงการพบปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จจากภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมบริการเอง และงานวิจัยนี้สามารถพัฒนาโมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีในผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 โดยผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพจำเป็นต้องมุ่งการพัฒนาไปที่คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญลำดับแรก ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพด้านกระบวนการ และคุณภาพของสถานประกอบการ ตามด้วยการพัฒนาความพึงพอใจในผู้รับบริการ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และสร้างความน่าเชื่อถือ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มอุตสาหกรรมบริการเป็นตัวผลักดันให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งผลที่ได้จากการพัฒนาโมเดลดังกล่าวจะก่อให้เกิดความจงรักภักดีในหมู่ผู้ใช้บริการทั้งในด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรม ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ แนะนำบริการให้กับบุคคลที่รู้จัก และปกป้องภาพลักษณ์สถานประกอบการอีกด้วย

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, จิตวิทยาบริการ, ความพึงพอใจของผู้รับบริการ, ความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

* Received April 27, 2023; Revised May 16, 2023; Accepted June 22, 2023

Abstract

The objectives of this research are as follows: 1) to study the relationship between customer satisfactions, service quality, service psychology, and customer loyalty in the Thai spa and health massage industry. 2) To develop a model for enhancing customer loyalty in the Thai spa and health massage industry. The research methodology used is qualitative research with a grounded theory approach. Data was collected through in-depth interviews using questions developed from existing theories and approved by qualified experts. The main data source was a group of Thai spa and health massage business operators, with a sample size of 20 people. The research findings revealed correlations between customer satisfaction, service quality, service psychology, and customer loyalty. It also identified factors contributing to success from both the government and the service industry itself. This research aims to develop a model for enhancing customer loyalty in the Thai spa and health massage industry, especially after the spread of COVID-19. Business operators in the spa and health massage industry need to prioritize the development of service quality, focusing on process improvement and the quality of their establishments. This should be followed by efforts to enhance customer satisfaction through building good relationships and trust. Supportive factors from government agencies and industry associations play a crucial role in driving success. The results obtained from developing the aforementioned model will lead to the cultivation of customer loyalty in terms of attitudes and behaviors. This, in turn, will result in repeat visits, recommendations to others, and the protection of the business's reputation.

Keywords: Service Quality, Service Psychology, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

บทนำ

อุตสาหกรรมบริการในประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูงสามารถสร้างงาน และสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ โดยตลาดธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 23% ของตลาด ความงามทั้งหมด (หนังสือพิมพ์รายวันข่าวหุ้นกระบอกเสียงอิสระแห่งตลาดทุนธุรกิจ, 2564) กระทรวงสาธารณสุขประเมินว่า ธุรกิจนวดแผนไทย สปา และการแพทย์ ที่รวมกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั้น มีมูลค่าตลาดราว 40,000 ล้านบาท จากจำนวนร้านสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย 10,000 แห่ง และสปาหรูหรารอีก 2,800 แห่งทั่วประเทศ (บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน), 2565)

โดยนับตั้งแต่วันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2547 คณะรัฐบาลเห็นชอบนโยบายพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคตและผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จากผลสำรวจแผนการท่องเที่ยวระดับโลกของวีซ่าในปี 2565 พบว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่น่าเดินทางไปเยือนมากที่สุดในโลก เป็นอันดับที่ 4 และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นลำดับต้น คือ กิจกรรมสปาและนวดเพื่อสุขภาพ (กรุงเทพธุรกิจ, 2565) ซึ่งภายหลังจากวิกฤตโควิด-19 คาดว่าในปี 2566 จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยถึง 28.9 ล้านคนอีกด้วย (ธนาคารที่เอ็มบีธนชาติ, 2566) เกิดเม็ดเงินไหลเข้าสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้ว่าธุรกิจสปาและนวดไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตไปพร้อมกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาข้างต้น แต่การขยายตัวของอุตสาหกรรมย่อมทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มจำนวนมากขึ้น จากข้อมูลในปี 2562 พบมีผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการใน



กลุ่มธุรกิจสปากับกระทรวงสาธารณสุขประมาณ 3,500 แห่ง ขณะที่ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสปาทั้งหมดมีมากกว่า 40,000 แห่ง (Marketeer Team, 2020); (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2566) ด้วยข้อจำกัดในเรื่องของข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ใช้ยื่นขอใบอนุญาตประกอบการเพื่อเปิดสถานประกอบการตามเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการบริหารจัดการคุณภาพการบริการภายในของผู้ประกอบการเอง และมาตรฐานในการให้บริการที่ยังต่ำกว่ามาตรฐานที่ภาครัฐกำหนด

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงคุณภาพของมาตรฐานการบริการเพื่อสร้างความประทับใจให้เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ โดยคุณภาพของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ (Arne, K. & Bart, L., 2014) จิตวิทยาบริการมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการบริการ (ยศวดี แคว้นชนะ, 2558) ความจงรักภักดีของผู้รับบริการต่อธุรกิจบริการเป็นตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจและคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ (เชตริค ทอง เอกอภัพเพย์, 2559) ด้วยเหตุนี้การจัดการการบริหารคุณภาพของกิจการอย่างเป็นระบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนผู้ให้บริการประสบความสำเร็จ และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนเพียงอย่างเดียว

หลังจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลนี้การมีความสามารถด้านคุณภาพเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะจูงใจหรือสร้างความประทับใจจนทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือนำบริการไปบอกต่อแก่ผู้อื่น และการมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถด้านคุณภาพอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ (Atichat, R., et al., 2020) ด้วยเหตุผลนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาแนวคิดอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพการบริการ พร้อมทั้งแสวงหาปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการ ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ จิตวิทยาบริการ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการ และเพื่อพัฒนาโมเดลการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย โดยผลการศึกษา นำมาสู่การกำหนดข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจที่สนับสนุนต่ออุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวและต่อยอดในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ จิตวิทยาบริการ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย
2. เพื่อพัฒนาโมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยด้วยยุทธศาสตร์การวิจัยแบบทฤษฎีฐานราก จึงใช้การเลือกตัวอย่างตามโครงสร้างทฤษฎี (จำเนียร จวงตระกูล, 2561) นำข้อมูลที่ค้นพบมาอธิบายเพิ่มเติมทฤษฎีนั้น ๆ โดยทำการเลือกกลุ่มผู้ให้บริการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย แบ่งตามภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 5 กลุ่ม กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักภาคละ 4 คน รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญที่เป็นผู้บริหารระดับสูงสุดหรือเจ้าของกิจการ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง และทำการสัมภาษณ์จนกว่าไม่พบข้อสงสัยหรือไม่ มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นที่เรียกว่า “ข้อมูลอิ่มตัว” จึงหยุดการสัมภาษณ์ และพบความอิ่มตัวของข้อมูลที่จำนวน 20 คน



เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบแนวทางการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเจาะลึกลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด โดยใช้แบบแนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวทางการสัมภาษณ์ตามวิธีการของ จำเนียร จวงตระกูล โดยมีแบบแนวทางการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มีข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

การรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือเพื่อขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ติดต่อประสานงานกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อนัดวัน เวลา และสถานที่ในการให้สัมภาษณ์
3. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการบันทึกเสียง เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน ใช้ฟังซ้ำ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ
4. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกบันทึกโดยใช้เครื่องบันทึกเสียง และถอดข้อความเพื่อเรียบเรียงข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้ยุทธศาสตร์การวิจัยแบบทฤษฎีฐานราก ตามวิธีของ (Creswell, J. W., 2003); (จำเนียร จวงตระกูล, 2561) ประกอบด้วย

1. การกำหนดประเภทของข้อมูล โดยวิธีการลงรหัสเปิด
2. การเชื่อมโยงประเภทของข้อมูลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า การลงรหัสรอบแกน
3. การสร้างเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับประเภทของข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งเรียกว่า การลงรหัสแบบคัดเลือก
4. สรุปและการนำเสนอชุดข้อเสนอทางทฤษฎี

ผลการวิจัย

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ จิตวิทยาบริการ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย พบว่า ผลการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 5 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อุตสาหกรรมธุรกิจบริการสปามีการเจริญเติบโตขึ้นจากในอดีตเป็นอย่างมากมีเม็ดเงินไหลเข้าสู่ระบบเป็นจำนวนมาก จากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ทางผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพได้มีการขยายสาขา และเพิ่มการบริการด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาให้บริการที่นอกเหนือจากการนวดเพื่อผ่อนคลาย ทั้งผู้ให้บริการยังมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน และปรับปรุงการให้บริการที่ดีขึ้น แต่หลังจากรัฐบาลได้อนุญาตให้ธุรกิจสามารถกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวด้วยการให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยเพื่อให้การบริการมีคุณภาพ และถูกสุขอนามัย ด้วยรักษาความสะอาด และฆ่าเชื้อที่สถานประกอบการอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงจำกัดจำนวนผู้รับบริการที่เข้ารับบริการในเวลาเดียวกันเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามมาตรการระยะห่างทางสังคมได้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นที่มีต่อธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ

ประเภท (Category)	รหัส (Code)
1. ความคิดเห็นก่อนสถานการณ์โควิด 19	- การเติบโตอย่างต่อเนื่อง - เทคโนโลยีที่ทันสมัย
2. ความคิดเห็นหลังสถานการณ์โควิด 19	- การปิดตัวลงของกิจการ - มาตรฐานทางบริการแบบใหม่



2. ความคิดเห็นด้านของคุณภาพในการให้บริการ ผลการวิจัย พบว่า การให้ความสำคัญในด้านคุณภาพในการบริการมากที่สุด ซึ่งคุณภาพในการบริการส่งผลให้เกิดการอยากกลับมาใช้ซ้ำของผู้รับบริการ โดยจำแนกคุณภาพได้ 2 ประเภท ได้แก่

2.1 คุณภาพด้านกระบวนการ คือ การบริหารจัดการในทุกขั้นตอนอย่างมีระเบียบแบบแผน และมีประสิทธิภาพ เช่น การมีพนักงานบริการที่มีความความรู้ และความชำนาญในงานบริการนั้น ๆ เพื่อให้การบริการดังกล่าวที่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพ

2.2 คุณภาพสถานประกอบการ หรือ ภาวลักษณะของสถานประกอบการ คือ การให้ความสำคัญกับการตกแต่งที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้าน มีความสะดวกสบาย โดยผู้รับบริการส่วนมากต้องการบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่ดี มีกลิ่นหอม สะอาด ไม่แออัด เงียบสงบ และมีความเป็นส่วนตัว ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นในด้านของคุณภาพในการให้บริการ

ประเภท (Category)	รหัส (Code)
1. คุณภาพกระบวนการ	- ทักษะและความชำนาญการ - การจัดการอย่างมีคุณภาพ - การแก้ไขปัญหาและการรับฟังความคิดเห็น
2. คุณภาพสถานประกอบการ	- บรรยากาศของสถานที่ - มาตรฐานความสะอาด - ความสามารถในการให้บริการ - ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง

3. การสร้างความพึงพอใจในงาน ผลการวิจัยพบว่า การสร้างความพึงพอใจในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพเป็นกระบวนการที่ต้องมีความตั้งใจ ความพยายามที่จะพัฒนา และปรับปรุงรูปแบบบริการอย่างสม่ำเสมอจากผู้ให้บริการ โดยการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในผู้รับบริการ นั้นสามารถสร้างได้จากความสัมพันธ์ที่ดี และการสร้างจากความน่าเชื่อถือที่ผู้ให้บริการสามารถมอบให้ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้รับบริการ ด้วยการสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง และนำเสนอใจให้กับผู้รับบริการ ตั้งแต่การต้อนรับ การให้คำแนะนำ การให้บริการอย่างรวดเร็วและเหมาะสม การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถานประกอบการ ด้วยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการไว้อย่างชัดเจนหรือการให้บริการที่เป็นไปตามข้อตกลง ดังที่แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การสร้างความพึงพอใจในธุรกิจสปา

ประเภท (Category)	รหัส (Code)
1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดี	- การตอบสนองต่อความต้องการ - การสร้างประสบการณ์ที่ดี
2. สร้างความน่าเชื่อถือ	- ให้บริการอย่างเป็นมาตรฐาน - การบริการอย่างความเป็นส่วนตัว



4. ความจงรักภักดีของผู้รับบริการที่มีต่อธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพมองว่าความจงรักภักดีของผู้รับบริการนั้นสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ด้านทัศนคติ หลังจากที่ได้รับบริการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการบริการทำให้รู้สึกมีความสัมพันธ์ในการได้รับการบริการ และมีทัศนคติที่ดีตามการได้รับบริการ หรือมีความชื่นชอบในการบริการ

4.2 ด้านพฤติกรรม การจงรักภักดีที่เห็นได้ชัดจนที่สุด คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นประจำสม่ำเสมอ และมีการแนะนำสินค้าหรือบริการให้คนใกล้ชิด การกล่าวชมเชยให้ผู้อื่นฟัง ดังที่แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความจงรักภักดีของผู้รับบริการที่มีต่อธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ

ประเภท (Category)	รหัส (Code)
1. ด้านทัศนคติ	- การมีความผูกพัน - ประทับใจการบริการ
2. ด้านพฤติกรรม	- การกลับมาใช้ซ้ำ - การประชาสัมพันธ์บอกต่อ

5. ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้ธุรกิจสปาประสบความสำเร็จ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มองว่าปัจจัยที่ส่งเสริมให้ธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย ได้แก่

5.1 หน่วยงานรัฐ การให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เห็นว่าปัจจุบันธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพมีความหลากหลายในการให้บริการ ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการพัฒนางานวิจัยด้านการให้บริการ ผลิตภัณฑ์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ เพื่อสร้างองค์ความรู้และต่อยอดทางธุรกิจในอนาคต

5.2 การสนับสนุนของภาคอุตสาหกรรมบริการ โดยผู้ที่ประกอบธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพควรมีการรวมกลุ่มกันเพื่อยื่นข้อเสนอหรือแนวปฏิบัติเชิงนโยบายให้กับภาครัฐ มีส่วนร่วมในการร่างและผลักดันนโยบายที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมบริการ การพัฒนานวัตกรรมบริการ โดยการนำอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในกระบวนการการบริการควบคู่ไปด้วย ทั้งนี้ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้วยการยกระดับการพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการให้มีความสามารถในการบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ หรือมีคุณสมบัติในการให้บริการได้อย่างปลอดภัย สร้างความประทับใจ ดังที่แสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้ธุรกิจสปาประสบความสำเร็จ

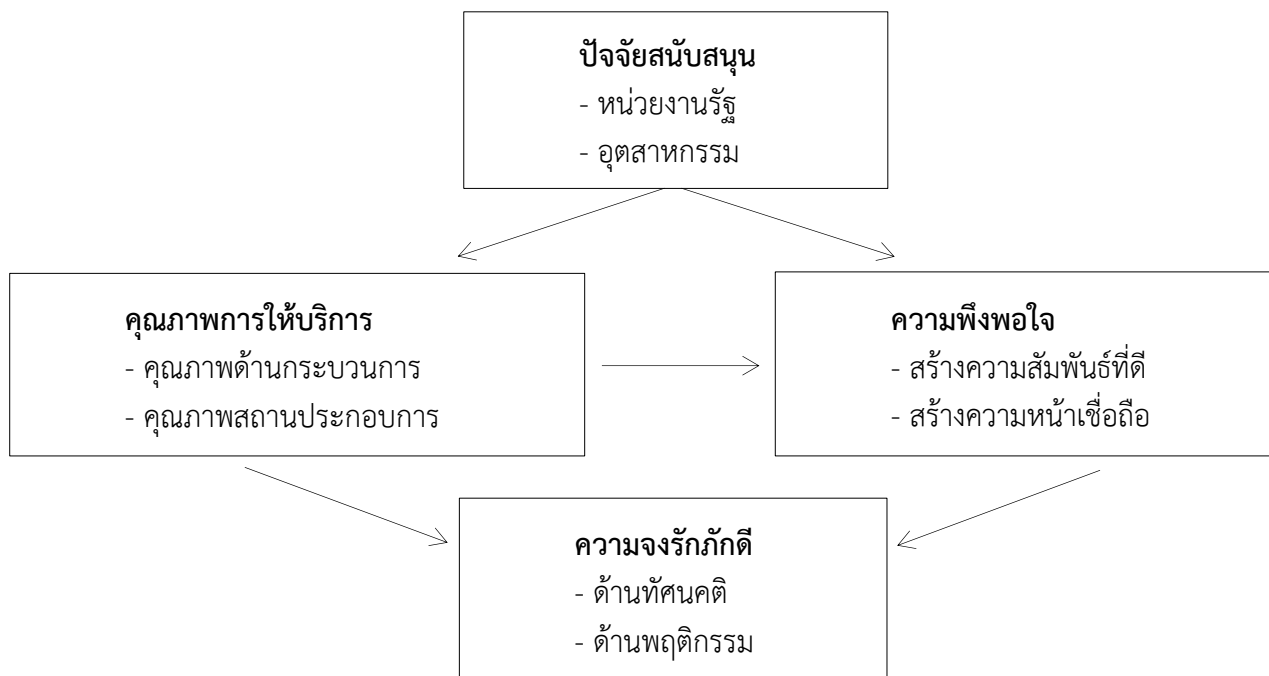
ประเภท (Category)	รหัส (Code)
1. หน่วยงานรัฐ	- การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดี - การส่งเสริมและพัฒนางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง - การสนับสนุนการจ้างงาน
2. อุตสาหกรรม	- การมีส่วนร่วมของเชิงนโยบาย - การพัฒนานวัตกรรม - การพัฒนาบุคลากร



การพัฒนาโมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย พบว่า โมเดลการสร้าง ความจงรักภักดีในอุตสาหกรรมธุรกิจสปา ได้แสดงถึง ปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่จะทำให้เกิดคุณภาพในการบริการที่จะนำมาซึ่งความพึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีในบริการนั่นเอง ดังนั้น เพื่อความสำเร็จและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างมาตรฐานที่จะส่งผลให้การบริการมีคุณภาพและทำให้เกิดความพึงพอใจจำเป็นต้องมีปัจจัยสนับสนุน 2 ข้อ ได้แก่

1. หน่วยงานรัฐที่ต้องให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ให้เห็นว่าปัจจุบันมีการนวดที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนวดเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อความสวยหรือแม้กระทั่งนวดทางการแพทย์ และความช่วยเหลือด้านความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการพัฒนางานวิจัยด้านการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างองค์ความรู้และต่อยอดทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรม ทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานที่มั่นคงให้แก่พนักงานบริการ

2. ภาคอุตสาหกรรมบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ โดยผู้ที่ประกอบจำเป็นต้องรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายหรือเป็นตัวทวนในเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะให้ภาครัฐได้รับทราบการจัดตั้งกลุ่มดังกล่าวยังทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพสามารถทราบถึงแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่กำลังเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที การนำอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในกระบวนการบริการ เพื่อให้ธุรกิจสปาเป็นไปอย่างสะดวกสบายและพัฒนาบุคลากรด้วยการยกระดับการพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการให้มีความสามารถในการบริการสปา หรือมีคุณสมบัติที่บริการได้อย่างปลอดภัย



ภาพที่ 1 โมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการ

อภิปรายผล

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ จิตวิทยาบริการ และความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย พบว่า เมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ธุรกิจสปาต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ทำให้มีผลกระทบอย่างรุนแรง มีการใช้มาตรการ Social Distancing หรือเว้นช่องว่างระยะห่างทางสังคม ทำให้ผู้รับบริการทั้งชาวไทยและต่างชาติลดลง และผู้ประกอบการธุรกิจสปาหลายรายจำเป็นต้องปิดกิจการไป ดังนั้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการทำให้วิธีต่าง ๆ ได้เปลี่ยนไปให้มีสัญลักษณ์มากขึ้น มีการควบคุมเรื่องจำนวนคนเข้ารับบริการให้ไม่แออัดจนเกินไปเพื่อลดความเสี่ยง การรักษาความสะอาดอย่างเข้มงวด การสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดการให้บริการเพื่อความปลอดภัย รวมถึงการปรับปรุงและปรับเปลี่ยนมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยเพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในพื้นที่สปาเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การใช้สารฆ่าเชื้อที่มีประสิทธิภาพ การเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดพื้นผิวและอุปกรณ์ และการจัดเตรียมมาตรการรักษาความปลอดภัยของผู้รับบริการ และพนักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับ ธนิต จึงดำรงกิจและศรีดาราทิเพียร ได้ให้ความเห็นว่า ธุรกิจร้านสปานวดเพื่อสุขภาพนับว่าเป็นธุรกิจที่เสี่ยงต่อการติดต่อของไวรัสโควิด-19 เป็นลำดับต้น ๆ เพราะผู้ประกอบการและผู้รับบริการต้องสัมผัสร่างกายและอยู่ใกล้ชิดกัน แคมป์ยังเป็นสถานที่ที่มีผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก กลุ่มสถานประกอบการธุรกิจสปาจึงต้องเข้มงวดอย่างมากในการดูแลสภาพแวดล้อม โดยภาครัฐได้กำหนดมาตรฐานข้อปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการต้องผ่านการประเมินความพร้อมก่อนจึงสามารถกลับมาให้บริการได้ หลังจากช่วงก่อนหน้าได้มีการล็อกดาวน์ ปิดการให้บริการเป็นการชั่วคราว เพื่อความเชื่อมั่นและความปลอดภัยต่อสุขอนามัยของผู้รับบริการ และจากข้อปฏิบัติด้านการจัดการสถานที่โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัย ลดการสัมผัส การคัดกรอง เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล (ธนิต จึงดำรงกิจและศรีดาราทิเพียร., 2563) และกระทรวงสาธารณสุข ที่กล่าวว่า เพื่อป้องกันการติดโควิด-19 ทั้งผู้ประกอบการและผู้รับบริการ กรณีกิจการสปา นวดเพื่อสุขภาพ โดยต้องปฏิบัติตามหลักพฤติกรรมป้องกันการป้องกันตนเองขั้นสูงสุด ได้แก่ ทำความสะอาดพื้นผิวสัมผัสร่วม เช่น จุดชำระค่าบริการ เก้าอี้นวด และห้องสุขา ภายหลังมีผู้รับบริการทุกครั้งหรือทุก 2 ชั่วโมง มีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล 1 - 2 เมตร มีม่านกั้นระหว่างเก้าอี้นวด เตียงนวด และมีระบบจ้องคิวล่วงหน้าเพื่อลดความแออัด มีมาตรการงดการนั่งรอรับบริการภายในร้าน (กระทรวงสาธารณสุข, 2565)

การพัฒนาโมเดลการพัฒนาความจงรักภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพในอุตสาหกรรมบริการไทย พบว่า การสร้างความพึงพอใจในงานบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพ เอาใจใส่แนะนำสินค้าและบริการโดยทำตามแบบแผนที่ได้มีการพูดคุย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ มีความสุภาพและบริการอย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ มีการบริการอย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายทางอารมณ์และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการสอดคล้องกับ ชุตติมา แก่นจันทร์ ที่ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค และภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าในสายตาของผู้บริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้รับบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ ในขณะที่ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ชุตติมา แก่นจันทร์, 2562)

การสร้างความจงรักภักดีของผู้รับบริการ สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านทัศนคติผู้รับบริการ รู้สึกมีความสัมพันธ์ในการบริโภคสินค้า และมีทัศนคติที่ดีตามการได้รับบริการหรือมีความชื่นชอบในการบริการ และด้านพฤติกรรมเป็นการจงรักภักดีที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นประจำ สม่่าเสมอ และมีการแนะนำสินค้าหรือบริการให้คนใกล้ชิด การกล่าวชมเชยให้ผู้อื่นฟัง หรือการออกปากปกป้องเมื่อผู้อื่นกำลังต่อ



ว่าตราสินค้าหรือบริการที่เขาภักดี สอดคล้องกับ SME Startup ที่กล่าวว่า ความจงรักภักดีของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้แบรนด์ประสบความสำเร็จและสามารถพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าได้ ความจงรักภักดีของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่แสดงความเชื่อใจที่มีต่อแบรนด์ หากไม่มีใครเชื่อว่าสินค้าดี และมีคุณภาพก็ไม่มีใครอยากซื้อ ส่งผลให้เราไม่ประสบความสำเร็จและยากต่อการเพิ่มฐานผู้รับบริการ (SME Startup, 2566)

ไม่เพียงแต่การพัฒนาตัวผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีกลุ่มภายนอกที่จำเป็นต้องให้การสนับสนุนเพื่อให้เกิดความสำเร็จในอุตสาหกรรมบริการสปาและนวดเพื่อสุขภาพ โดยจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มหน่วยงานของรัฐ ในการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดี และสร้างความร่วมมือกันระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการพัฒนางานวิจัยด้านการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จได้ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ (อดิชาติ โรจนกร, 2562) การสร้างความตระหนักรู้และทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและการนวดให้เป็นที่แพร่หลายยิ่งขึ้น (สุพริศร์ สุวรรณิก, 2564) การผลักดันให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดและการนวดเพื่อสุขภาพได้รับความคุ้มครองภายใต้สิทธิสวัสดิการและระบบประกันสุขภาพ และผู้รับบริการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ เช่น การรักษา Office Syndrome ซึ่งช่วยเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศได้อย่างยั่งยืน

2. ภาคอุตสาหกรรมบริการในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ โดยผู้ที่ประกอบจำเป็นต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายหรือเพื่อเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และทำให้ทราบถึงแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่กำลังเกิดขึ้นได้อย่างทันทั่วถึง รวมถึงมีการพัฒนานวัตกรรม โดยการนำอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในกระบวนการการบริการ เพื่อให้ธุรกิจสปาสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดข้อเสียน้อยที่สุด ควบคู่ไปกับการพัฒนาฝีมือแรงงานให้สามารถใช้อุปกรณ์สมัยใหม่เหล่านี้ได้ (ชาวสภาผู้แทนราษฎร, 2564); (อรรถพล ทองอุ่น, 2564) และการจัดทำโครงการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อศึกษาวิจัยและพัฒนา Big Data นวดไทยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์พัฒนารูปแบบมาตรฐาน คุณภาพของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพสถานพยาบาลในสังกัดภาครัฐและเอกชนและศูนย์เรียนรู้การแพทย์ภูมิปัญญาทรัพยากรบุคคลด้านนวดไทยสถาบันการศึกษาฝึกอบรมและใช้ในการวางแผน กำหนดทิศทางการผลิตและพัฒนาบุคลากรด้านการนวดไทย (อภิชาติ ธนานันท์, 2560)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐควรเร่งออกแนวนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้มากที่สุด การสร้างให้สปาและนวดเพื่อสุขภาพไทยเป็น Soft Power ด้วยการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะให้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานบริการ และการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัย ลดขั้นตอนทางกฎหมายที่ไม่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการขอใบอนุญาตสามารถขึ้นทะเบียนได้ง่ายขึ้น สำหรับผู้ประกอบการนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพ เอาใจใส่แนะนำสินค้าและบริการโดยทำตามแบบแผนที่ได้มีการพูดคุย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ มีความสุภาพและบริการอย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ มีการบริการอย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายทางอารมณ์และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยเน้นหลัก 4M ได้แก่ 1) Man การเร่งพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีมาตรฐานตามที่ภาครัฐกำหนด รวมไปถึงการพัฒนาระดับทักษะให้ดีกว่าเดิม และการสร้างทักษะขึ้นมาใหม่ที่เป็นต่อการทำงาน 2) Machine คือ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการสปาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกสบายให้กับผู้รับบริการได้ และผู้ประกอบการเองยังสามารถนำข้อมูลการรับบริการเหล่านี้นำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนทางการตลาดต่อไป



3) Method คือ การจัดทำคู่มือและขั้นตอนการ เพื่อเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานทุกครั้ง และ 4) Material คือ การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานบริการที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการบริการประเภทนั้น รวมไปถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศเป็นสำคัญ รวมถึงภาคอุตสาหกรรมบริการเองจำเป็นต้องมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการกำหนดนโยบายที่มีผลเกี่ยวข้องกับทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อธุรกิจสปา หรือการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพต่อภาครัฐ สิ่งเหล่านี้จะทำให้อุตสาหกรรมบริการมีบทบาทในการกำหนดทิศทางที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมเอง และยังสามารถทราบถึงแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายในอนาคตที่กำลังเกิดขึ้นได้อย่างทันที่

เอกสารอ้างอิง

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2566). รายงานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ: จำนวนสถานประกอบการที่ได้รับอนุญาต. เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก https://data.go.th/dataset/hss_11_38
- กระทรวงสาธารณสุข. (2565). ย้ำเตือน !!! ผู้รับบริการสปา นวดเพื่อสุขภาพใส่ใจมาตรการ COVID Free Setting ป้องกันตนเองสูงสุด. เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก <https://shorturl.asia/sTSti>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). ธุรกิจ "สปา" แนวโน้มเติบโต 17% ต่อปี หลังวิกฤติโควิด-19. เรียกใช้เมื่อ 9 มีนาคม 2566 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/983284>.
- ข่าวสภาผู้แทนราษฎร. (2564). ประธานคณะ กมธ. การแรงงาน และนายทวิศักดิ์ ทักษิณ โฆษก คณะ กมธ. รับยื่นหนังสือจาก นายพิทักษ์ โยธา นายกสมาคมจาวรีเพื่ออนุรักษ์ขนาดแผนไทย. เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_news.php?nid=75770&filename=The_House_of_Representatives
- จำเนียร จวงตระกูล. (2561). ปัญหาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1(2), 1-21.
- ชุตินา แก่นจันทร์. (2562). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์ต่อความเต็มใจที่จะจ่ายต่อสินค้าและบริการผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการของธนาคารออมสินเขตภาคตะวันตก. ในวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เซตริค ทอง เอกอพเพย์. (2559). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการสายการบิน Thai Lion Air การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนาคารที่เอ็มบีธนาชาติ. (2566). ttb analytics คาดรายได้การท่องเที่ยวไทยปี 2566 เพิ่มขึ้น 1 ล้านล้านบาทจากปีก่อน. เรียกใช้เมื่อ 9 มีนาคม 2566 จาก <https://shorturl.asia/QofVH>
- ธนิต จึงดำรงกิจและศรีดาราทิเพียร. (2563). ร้านนวดต้องรู้ แนวคิดดีไซน์ใหม่ นวดปลอดภัยยุค New Normal. เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก <https://today.line.me/th/v2/article/v3kVmo>
- บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน). (2565). รายงานประจำปี 2565 แบบ 56-1 ONE REPORT. เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก https://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/ONE_Report_Book_2022_TH_Final3.pdf
- ยศวดี แหว้ฒนะ. (2558). การพัฒนาธุรกิจสปาไทยสู่ความยั่งยืน : วิธีการทางจิตวิทยาบริการ. Academic Journal Bangkokthonburi University, 4(1), 174-184.
- สุพริศร์ สุวรรณิก. (2564). สปาและนวดเพื่อสุขภาพ...ไปอย่างไรต่อ? เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/Article_15May2021.html
- หนังสือพิมพ์รายวันข่าวหุ้นกระบอกเสียงอิสระแห่งตลาดทุนธุรกิจ. (2564). ลมหายใจ ธุรกิจสปา. เรียกใช้เมื่อ 14 มีนาคม 2566 จาก <https://www.kaphoon.com/column/481402>



- อติชาติ โจรนกร. (2562). การพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเพื่อผลการดำเนินการภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า. *Burapha Journal of Business Management*, Burapha University, 10(2), 40-64.
- อภิชาติ ธนานนท์. (2560). Big Data กับบริการทางการแพทย์และสุขภาพ. เรียกใช้เมื่อ 4 มีนาคม 2566 จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/smart-healthcare>
- อรรถพล ทองอ่อน. (2564). บทวิเคราะห์ธุรกิจ SMEs (Quick Study) สาขาสปาและบริการสุขภาพ. เรียกใช้เมื่อ 14 มีนาคม 2566 จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210817232409.pdf.
- Arne, K. & Bart, L. (2014). How technical and functional service quality drive consumer happiness: Moderating influences of channel usage. *Journal of Service Management*, 25(1), 30-48.
- Atichat, R. , et al. (2020) . Development of Dynamic Capabilities for Automotive Industry Performance under Disruptive Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology Market and Complexity*, 6(4), 1-20.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods Approach*. New Delhi: SAGE.
- Marketeer Team. (2020). สปา-นวด: ตลาดที่มีผู้เล่นหลักหมื่น กับอีก 1 รายในตลาด หลักทรัพย์. Retrieved มีนาคม 4 , 2566, from <https://marketeeronline.co/archives/138860>
- SME Startup. (2566). อยากให้ลูกค้ารักแบรนด์ ไม่เปลี่ยนใจ 5 วิธีนี้ทำได้แน่นอน!. Retrieved มีนาคม 4, 2566 , from <https://www.smethailandclub.com/startup-digitalmarketing/8860.html>