

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะสปาล้านนา เป็นความต้องการเร่งด่วนในการพัฒนาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีการเจริญเติบโต การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการให้บริการสปาล้านนาทุกช่วงวัยสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) พัฒนาเกณฑ์การรับรองความเป็นสปาล้านนาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์สปาล้านนาในการให้บริการสปาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 4) พัฒนาหลักสูตรสำหรับพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสปาและผู้ให้บริการสปาแบบล้านนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับทุกกลุ่มวัย ซึ่งประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 3 โครงการ ได้แก่ 1) รูปแบบการให้บริการสปาล้านนาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Lanna Spa Services Model for Wellness Tourism) 2) การพัฒนาเกณฑ์การรับรองความเป็นสปาล้านนาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Lanna Spa Accredited Criteria Development for Wellness Tourism) และ 3) ผลิตภัณฑ์สปาล้านนาในการให้บริการสปาสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Lanna Spa Products for Spa Services for Wellness Tourism) เก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง มีนาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ.2562

ผลวิจัยจาก การวางแผน การบริหารจัดการและการติดตาม ตลอดจนการประเมินผล โครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ พบว่า 1) ได้รูปแบบการให้บริการสปาล้านนาในกลุ่มบุคคลทั่วไป กลุ่มสตรีตั้งครรภ์ กลุ่มเด็กทารก 2) เกณฑ์การรับรองความเป็นล้านนาที่ครอบคลุมองค์ประกอบทั้งด้านรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส ประกอบด้วย 5 ด้าน จำนวน 38 ตัวชี้วัด 3) ได้ผลิตภัณฑ์ น้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมล้านนาที่มีอยู่ในภาคเหนือของไทย คือ ว่านเสน่ห์จันทร์หอม (K.marginata) และตะไคร้ภูเขา (L.cubeba) เป็นผลิตภัณฑ์สปาที่มีอัตลักษณ์ล้านนา เช่น น้ำมันนวดตัว ครีมนำรุ่งผิว เกลือสปา สบู่สำหรับแช่ตัวในอ่างอาบน้ำ (Bath bomb) สบู่เหลว และแชมพู 4) หลักสูตรการนวดล้านนาสำหรับในกลุ่มบุคคลทั่วไป กลุ่มสตรีตั้งครรภ์ หลักสูตรการนวดล้านนาสำหรับในกลุ่มบุคคลทั่วไป กลุ่มสตรีตั้งครรภ์ 5) การบูรณาการผลการวิจัยทั้ง 3 โครงการย่อย พบว่า ได้ รูปแบบการให้บริการสปาล้านนา ที่ใช้การให้บริการนวดล้านนา ในกลุ่มคนทั่วไป สตรีตั้งครรภ์ เด็กทารก โดยใช้ศาสตร์ภูมิปัญญาล้านนา และ ดนตรีล้านนา ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาในการให้บริการสปา คือ น้ำมันหอมระเหยจากพืชหอมล้านนาที่มีอยู่ในภาคเหนือของไทย โดยได้คัดเลือก ว่านเสน่ห์จันทร์หอม และ ตะไคร้ภูเขา เป็นผลิตภัณฑ์สปาที่มีอัตลักษณ์ล้านนา จะผสมผสานรูปแบบการให้บริการที่ครอบคลุมทั้ง การให้บริการสปา (Spa services) และ ผลิตภัณฑ์สปา (Spa products)

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ที่สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการได้รับการบริการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และมีอัตลักษณ์ล้านนาที่โดดเด่น และสร้างมูลค่าเพิ่มในการของธุรกิจสุขภาพต่อไป

Abstract

Nowadays, the brand identity development of health spa services, particularly of Lanna Spas, is urgently needed to promote a growing demand for wellness tourism. The objectives of this study were 1) to develop Lanna spa models for wellness tourism for all age groups, 2) to develop the Lanna spa accreditation criteria for wellness tourism, 3) to develop Lanna spa products for wellness tourism, and 4) to design training courses in order to develop competencies for wellness tourism that are needed for Lanna spa owners and therapists.

This study was composed of 3 sub-projects which were 1) the Lanna Spa Services Model for Wellness Tourism 2) the Lanna Spa Accreditation Criteria Development for Wellness Tourism, and 3) Lanna Spa Products for Spa Services and Wellness Tourism. Data were collected from March to November 2019.

Outcomes of this study were as follows:

- 1) Lanna spa massage models for wellness tourism targeted to the general population, pregnant women, and infants.
- 2) Lanna spa accreditation criteria that covered 5 domains of sight, taste, smell, sound, and touch, composed of 38 indicators.
- 3) Lanna spa products which included Lanna aromatic scents from plants growing in the Northern part of Thailand (K. Marginata and L. Cubeba). These fragrance products included body massage oil, body lotion, spa salt, bath bombs, liquid soap, and shampoo.
- 4) Lanna spa massage courses for the general population and pregnant women.
- 5) The integration of 3 sub-projects revealed that Lanna spa massage models for the general population, pregnant women, and infants applied Lanna wisdom and Lanna music. This model also developed spa products such as essential oils (K. Marginata and L. Cubeba) which originate from the northern part of Thailand. The Lanna spa massage models integrated both spa services and spa products.

Results from this study can be utilized in the health spa service to strengthen spa customers' confidence and trust that services will be of a high-standard. It can also be used to strengthen the Lanna brand identity in order to further add value to the spa business.