



การเตรียมความพร้อมเพื่อต้อนรับลูกค้าชาวจีนของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ The Readiness of Chiang Mai Spa Business towards Chinese Customers

สร้อยสุรินทร์ ยอดพันคำ^{1*}, Mengyu Gu¹

¹ภาควิชาภาษาจีนธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

บทคัดย่อ

จากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีอย่างต่อเนื่องของประเทศจีน ทำให้ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศเป็นจำนวนมากและชาวจีนได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ บทความนี้ได้สังเคราะห์ข้อมูลจากการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวไทยและภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย แล้วสรุปภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการสปาในเชียงใหม่ วิเคราะห์สาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาใช้บริการสปาในเชียงใหม่ แนวโน้มการเตรียมความพร้อมเพื่อต้อนรับลูกค้าชาวจีนของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงสิ่งที่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะทำให้การช่วยเหลือแก่ธุรกิจสปาในเชียงใหม่

คำสำคัญ

ลูกค้าชาวจีน ธุรกิจสปาในเชียงใหม่ การเตรียมความพร้อม

Abstract

Thanks to China's galloping economic growth, that has significant in increasing number of outbound Chinese tourists, especially the number of Chinese tourists to travel to Chiang Mai. Nowadays Chinese tourists are the biggest customer group of SPA Business in Chiang Mai. The paper reviews Thailand's tourism development and the status of Chinese tourists to travel to Thailand. Then it also summaries the status of Chinese customers using Spa services in Chiang Mai, and attempts to analyze the main causes of the Chinese tourists' consumer behavior of getting

* ผู้เขียนหลัก
อีเมลล์: soysurin@feu.edu

a Spa in Chiang Mai, furthermore, it aims to find inadequate preparation of Spa business in Chiang Mai in hope to improve their service. In the end, some useful applicable suggestions are proposed.

Keywords

Chinese Customer, SPA Business in Chiang Mai

บทนำ

หลายปีมานี้จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่รู้จักมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเที่ยวในเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 50,000 คน (Wei, 2015, 1) เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวในเชียงใหม่มีมาก การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ก็เกิดขึ้น สปาก็เป็นหนึ่งในนั้น สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยของสังคมปัจจุบันและตอบสนองความต้องการในการผ่อนคลายความเครียดได้ นอกจากนี้ธุรกิจสปาในเชียงใหม่ยังมีชื่อเสียงระดับโลก ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ร้านสปาสามารถพบเห็นได้ทั่วไป มีนักท่องเที่ยวได้มาใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี (Ministry of Commerce People's Republic of China, 2011)

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยศักยภาพทางการตลาดสูงโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งรัฐบาลไทยกำหนดให้การบริการสุขภาพเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้ายุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก จากนโยบายเน้นเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันโดยเฉพาะการส่งเสริมการบริการท่องเที่ยวให้เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่ารายได้สู่ประเทศและสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติที่เน้นการจัดบริการสุขภาพจึงได้ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพและความงามสู่ตลาดต่างประเทศหลายรูปแบบ ทั้งการเชิญชวนชาวต่างประเทศมาใช้บริการด้านสุขภาพและความงามในสถานประกอบการ ทั้งนี้ จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีความพร้อมด้านการบริการโรงแรม ร้านอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการสาธารณสุขที่ได้มาตรฐานสากล ตลอดจนที่พักอาศัยที่มีความพร้อมสามารถรองรับและให้บริการเชื่อมโยงการพัฒนาธุรกิจสปาได้เป็นอย่างดี (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2553)

ภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2558 มีจำนวนมากที่สุด โดย 10 อันดับแรก คือ นักนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมนี รัสเซีย สหราชอาณาจักร อินเดีย สิงคโปร์ และลาว และเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกือบทั้งหมดขยายตัว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่ขยายตัวถึงร้อยละ 112.47 (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน รายเดือนปี พ.ศ. 2554 – พ.ศ. 2558

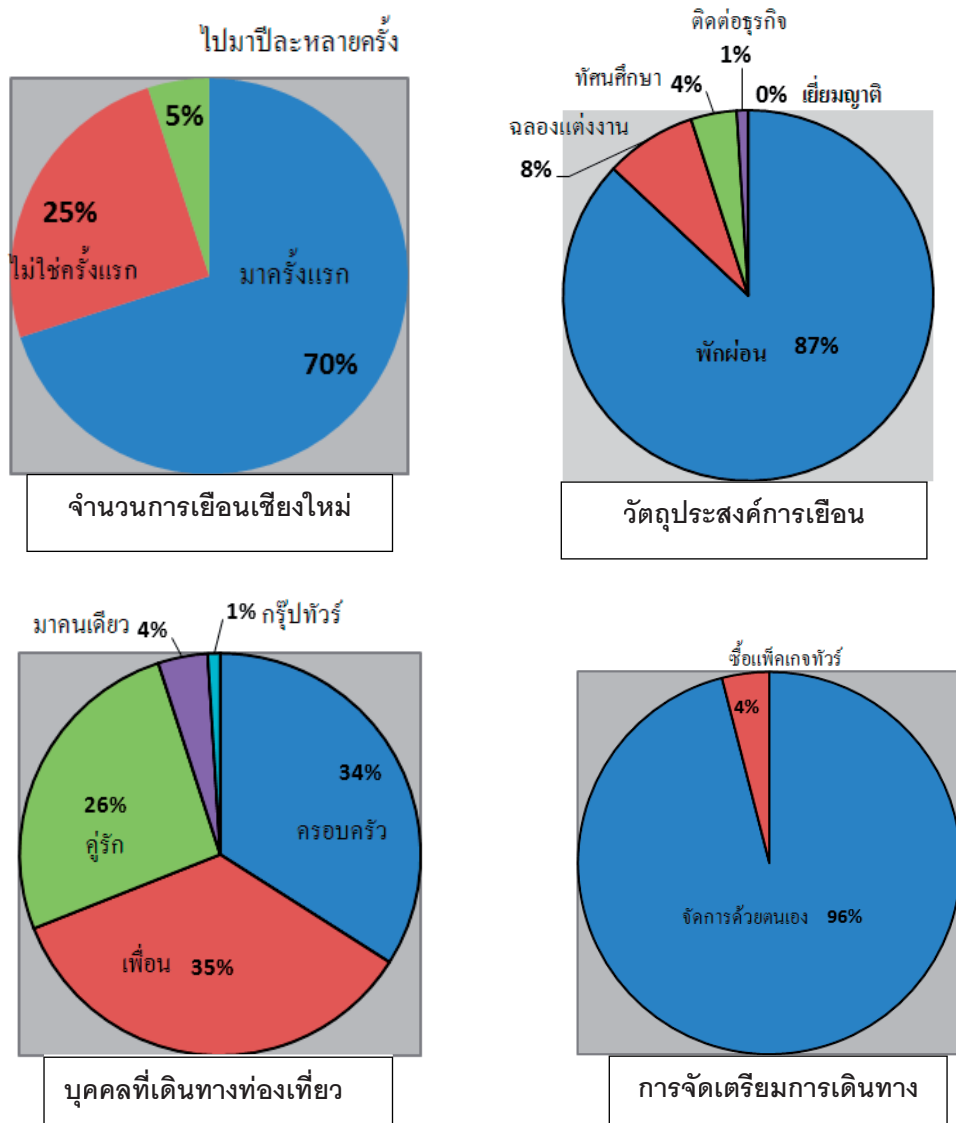
เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยว					เดือน	2555/54		2556/55		2557/56		2558/57	
	2554	2555	2556	2557*	2558*		จำนวน	%Δ (Y-O-Y)	จำนวน	%Δ (Y-O-Y)	จำนวน	%Δ (Y-O-Y)	จำนวน	%Δ (Y-O-Y)
มกราคม	143,477	222,773	339,067	357,034	560,399	มกราคม	+79,296	+35.59	+116,294	+52.20	+17,967	+5.30	+203,365	+56.96
กุมภาพันธ์	183,163	158,742	464,975	360,023	793,436	กุมภาพันธ์	-24,421	-15.38	+306,233	+192.91	-104,952	-22.57	+433,413	+120.38
มีนาคม	148,236	198,767	372,875	319,881	679,660	มีนาคม	+50,531	+25.42	+174,108	+87.59	-52,994	-14.21	+359,779	+112.47
เมษายน	138,042	214,689	427,780	332,819	-	เมษายน	+76,647	+35.70	+213,091	+99.26	-94,961	-22.20	-	-
พฤษภาคม	134,825	192,642	383,292	302,823	-	พฤษภาคม	+57,817	+30.01	+190,650	+98.97	-80,469	-20.99	-	-
มิถุนายน	124,605	180,481	370,064	220,497	-	มิถุนายน	+55,876	+30.96	+189,583	+105.04	-149,567	-40.42	-	-
กรกฎาคม	179,076	263,412	458,683	342,547	-	กรกฎาคม	+84,336	+32.02	+195,271	+74.13	-116,136	-25.32	-	-
สิงหาคม	193,881	278,182	476,765	452,086	-	สิงหาคม	+84,301	+30.30	+198,583	+71.39	-24,679	-5.18	-	-
กันยายน	153,305	231,560	455,202	426,578	-	กันยายน	+78,255	+33.79	+223,642	+96.58	-28,624	-6.29	-	-
ตุลาคม	149,088	262,432	299,982	501,043	-	ตุลาคม	+113,344	+43.19	+37,550	+14.31	+201,061	+67.02	-	-
พฤศจิกายน	67,651	294,518	323,222	513,441	-	พฤศจิกายน	+226,867	+77.03	+28,704	+9.75	+190,219	+58.85	-	-
ธันวาคม	105,898	288,662	265,428	495,034	-	ธันวาคม	+182,764	+63.31	-23,234	-8.05	+229,606	+86.50	-	-
รวม	1,721,247	2,786,860	4,637,335	4,623,806	2,033,495	รวม	+1,065,613	+38.24	+1,850,475	+66.40	-13,529	-0.29	+996,557	+96.11

หมายเหตุ : *ข้อมูลเดือนกรกฎาคม 2557 – มีนาคม 2558 เป็นข้อมูลเบื้องต้น

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2558, 20

จากข้อมูลตารางที่ 1 ข้างต้นนั้นในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด จำนวน 1,721,247 คน ในปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด จำนวน 2,786,860 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 38.24 ในปี พ.ศ. 2556 เป็นปีแรกที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเที่ยวในเมืองไทยมากกว่าสี่ล้านคนโดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2555 คิดเป็นร้อยละ 66.40 จะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี พ.ศ. 2557 ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ภายในประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 4,623,806 คน ลดลงจากปี พ.ศ. 2556 คิดเป็นร้อยละ 0.29 แต่ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนได้กลับมาเพิ่มขึ้นในเดือนมกราคมของปี พ.ศ. 2558 ในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นจำนวน 2,033,495 คน เปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นจำนวน 996,557 คน คิดเป็นร้อยละ 96.11

มีงานวิจัยที่วิเคราะห์เกี่ยวกับจุดเด่นของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ ดังข้อมูลของกรวรรณ สังขกร, จักรี เตจ๊ะวารี และกาญจนา จีรัตน์ (2556) เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามสอบถามประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนการมาเยือน วัตถุประสงค์ในการมาเยือน ลักษณะการเดินทาง บุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย ซึ่งแสดงรายละเอียดดังภาพที่ 1



แผนภูมิที่ 1: พฤติกรรมการเดินทางมาเยือนเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ที่มา: กรวรรณ สังขกร, จักรี เตจ๊ะวารี และ กาญจนา จีรัตน์, 2556



จากภาพที่ 1 ในปี พ.ศ. 2556 จำนวนการมาเยือนเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่าร้อยละ 70 เป็นผู้ที่เพิ่งเคยมาเยือนเชียงใหม่ซึ่งเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่ได้เยือนครั้งแรกและและนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปมาปี่ละครั้งแล้ว คิดเป็นร้อยละ 25 และ 5 ตามลำดับ ในขณะที่วัตถุประสงค์การมาเยือนที่สำคัญของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 87) เป็นการมาพักผ่อนมีบ้างบางส่วนที่มาฉลองแต่งงานหรือเพื่อการทัศนศึกษา ประมาณร้อยละ 8 และ 4 ตามลำดับ ส่วนบุคคลที่เดินทางท่องเที่ยวด้วย พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนเพียงร้อยละ 4 ที่เดินทางมาคนเดียว นอกนั้นถ้าไม่ได้มากับครอบครัวก็มากับคนรักและมากับเพื่อน ในด้านการจัดเตรียมการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวจีนเกินกว่าร้อยละ 90 ที่มีการจัดการเตรียมการเดินทางด้วยตนเองมีเพียงจำนวนเล็กน้อยที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์มา (ต่ำกว่าร้อยละ 5) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนมาก มาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งแรก ยังไม่คุ้นเคยกับสถานที่ และจะเดินทางมาเองโดยไม่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ และวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ เดินทางมาพักผ่อนกับครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ธุรกิจร้านอาหาร โรงแรมหรือว่าธุรกิจใหม่อย่างสปามีบทบาทมากขึ้น

ภาพรวมของธุรกิจสปาในเชียงใหม่

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากที่สุด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจีนเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย อีกทั้งยังทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปในส่วนต่างๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัททัวร์ ห้างร้าน การใช้บริการสปา เป็นต้น

การแบ่งประเภทสปา ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดรูปแบบของธุรกิจประเภทสปาไว้ 3 แบบ ดังนี้ (1) กิจการสปาเพื่อสุขภาพ (2) กิจการนวดเพื่อสุขภาพ (3) กิจการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้กิจการสปาเพื่อสุขภาพ คือ การประกอบกิจการที่ให้การดูแลสุขภาพโดยประกอบไปด้วยบริการหลักและบริการเสริมประเภทต่างๆ บริการหลักประกอบด้วยการนวดเพื่อสุขภาพ และควรจัดให้มีอยู่ในเมนูเพื่อเป็นการดึงดูดให้ลูกค้าสนใจให้มาใช้บริการบ่อยขึ้นและมีความหลากหลายในสปามากขึ้น ตัวอย่างของกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การทำสมาธิและโยคะ การอบเพื่อสุขภาพ การแพทย์ทางเลือก โภชนาบำบัดและการควบคุมอาหาร (เอกสารความรู้ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ, 2556) ซึ่งรูปแบบสปาในเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นกิจการนวดเพื่อสุขภาพ และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สปาบางแห่งมีการผสมผสานความเป็นล้านนาเอาไว้อย่างดี

นายกสมาคมไทยล้านนาสปา เปิดเผยถึงสถานการณ์ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ว่าอยู่ในช่วงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก ยอดเฉลี่ยแล้วมีถึงร้อยละ 80 ของกลุ่มผู้ใช้บริการทั้งหมด ส่วนร้อยละ 20 จะเป็นกลุ่มตะวันออกกลาง กลุ่มเอเชียตะวันตก กลุ่มยุโรป กลุ่มเป้าหมายของ

ธุรกิจสปาในเชียงใหม่เป็นกลุ่มชาวต่างชาติร้อยละ 100 เนื่องจากในปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ประกอบกับชื่อเสียงของสปาในเขตภาคเหนือค่อนข้างมีชื่อเสียง จึงกล่าวได้ว่าเชียงใหม่เป็นผู้นำด้านธุรกิจสปา โดยมีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนกับสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนมากกว่า 45 ราย เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 5 แต่ที่ไม่ขึ้นทะเบียนก็มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ก็มีพระราชบัญญัติ ออกมาควบคุมการขึ้นทะเบียนของสถานประกอบการสปา (เชียงใหม่วิสต์, 2558) สปากลายเป็นธุรกิจที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย และยังเป็นหนึ่งในธุรกิจที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญ สปาไทยมีชื่อเสียงไปทั่วโลก ปัจจุบันสปาไม่เพียงแต่เป็นแหล่งพักผ่อนและให้ความผ่อนคลายเท่านั้น ยังเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมไทยกับต่างประเทศอีกด้วยทำให้วัฒนธรรมไทยเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย (Yi, 2008, 2)

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกใช้บริการของธุรกิจสปาในเชียงใหม่

1. ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมในเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ราบสูงอยู่ห่างจาก กรุงเทพมหานคร 227 กิโลเมตร เป็นแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำสายสำคัญของประเทศไทย พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงใหม่เป็นป่าไม้ ภูเขาและที่ราบสูง อากาศบริสุทธิ์ ผู้คนมีมิตรไมตรี ธุรกิจสปาในเชียงใหม่ จะตกแต่งเลียนแบบธรรมชาติ ทำให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงความสุข (ลีปคินี บาเรย์, 2555, 92)

2. ธุรกิจสปาในเชียงใหม่มีหลากหลาย

ธุรกิจสปานี้ได้รวมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ประชุม รักษาสุขภาพ รักษาโรค ไว้ด้วยกันทำให้มีลูกค้าจำนวนมากเลือกใช้บริการสปาและยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอย่างหลากหลายได้นอกจากนั้นแล้วสมุนไพรไทยยังเป็นเอกลักษณ์ของสปาเชียงใหม่ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะหลักการนวดที่เหมือนกับหลักการของแพทย์แผนจีนและการเลือกใช้สมุนไพรหรือวิธีการนวดที่ทำให้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างยิ่ง (สุจิต นิรมล, 2553, 45)

3. การเติบโตของเศรษฐกิจจีน

เศรษฐกิจของประเทศจีนได้เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชากรจีนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น คนส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตมากขึ้น ร่างกายที่แข็งแรง คือ ประเด็นหลักที่ทุกคนให้ความสนใจ คนที่รักษาสุขภาพส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มพนักงานในบริษัท แต่สำหรับกลุ่มแม่บ้านและนักธุรกิจแล้ว แม้พวกเขาจะรู้ถึงประโยชน์ของการออกกำลังกาย แต่จะให้ออกกำลังกายทุกวันนั้นเป็นไปได้ยาก ประการแรกพวกเขาไม่มีเวลา ประการที่สอง ไม่สามารถออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องได้ ดังนั้นแล้วการให้บริการสปาจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่พวกเขาเหล่านั้นเลือกใช้ เป็นการเปลี่ยนรูปแบบการออกกำลังกายแบบเดิมๆ (ลีปคินี บาเรย์, 2555, 95)

4. การบริการที่มีคุณภาพธุรกิจของสปาในเชียงใหม่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก เพราะว่าธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เน้นการบริการ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเชียงใหม่จะมีการบริการครอบคลุมทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านอาหารการกินที่พัก โปรแกรม

การท่องเที่ยว พนักงานมีความรับผิดชอบสูง พนักงานจะบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร รอยยิ้มที่เป็นธรรมชาติสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง (สุจิต นิรมล, 2553, 42)

การเตรียมความพร้อมต้อนรับลูกค้าชาวจีนของธุรกิจสปาในเชียงใหม่

1. เพื่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและธุรกิจสปาอย่างต่อเนื่อง

เพื่อพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยว ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการขนส่งและติดต่อสื่อสาร ทุกปีได้เพิ่มงบประมาณการลงทุนด้านนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ปัจจุบันสนามบินเชียงใหม่เป็นสนามบินภายในประเทศที่มีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความสะดวกในการเดินทางอย่างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่สามารถบินตรงมาจากเมืองจีนอีกด้วย ภายในสนามบินมีบริการรถแท็กซี่ รถสองแถวแดง นอกจากนี้ในบริเวณใกล้เคียงกับสนามบินเชียงใหม่ยังมีร้านสปาขนาดใหญ่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่พร้อมขึ้นเครื่องบิน หรืออาจจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาถึงเชียงใหม่ จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาในเชียงใหม่ได้พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น (ประราสี เอนก, 2558, 119)

2. เพิ่มจำนวนและพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความสามารถด้านภาษา

เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบันมหาวิทยาลัยในประเทศไทยได้เปิดสอนรายวิชาภาษาจีนมากขึ้น และได้มีการเปิดอบรมภาคฤดูร้อนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวต่างก็ต้องการพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ ธุรกิจสปาในเชียงใหม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญนี้ จึงได้เปิดโอกาสให้พนักงานของตนเข้าฝึกอบรมและเรียนรู้ด้านภาษาเพิ่มเติม (อานันท์ วโรตมโสภณ, 2557, 28)

3. ประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อที่หลากหลาย

รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในต่างประเทศ ซึ่งมีหลากหลายช่องทาง หากจะประชาสัมพันธ์ธุรกิจสปาในเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย นอกจากนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการธุรกิจสปาจะบอกต่อกันแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องทำการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าด้วยสื่อที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ วารสาร เป็นต้น (พิมพ์ใจศิริไพบูลย์ และชัยศัลย์มฤตกุล, 2556, 17)

ปัญหาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเชียงใหม่

1. ผลกระทบสปายังไม่ค่อยได้รับความนิยม

แม้ว่าจะมีธุรกิจสปาจำนวนมากแต่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีผลกระทบสปาเป็นของตัวเอง ผลกระทบสปาส่วนใหญ่จะอาศัยชื่อเสียงของโรงแรม ตัวอย่างเช่น โรงแรมแชงกรีลาสปา คนส่วนใหญ่จะรู้จักในนามของโรงแรมสาขาของชาวต่างชาติซึ่งผลกระทบสปาเป็นที่รู้จักมายาวนาน อีกผลกระทบสปาที่คนจีนส่วนใหญ่รู้จักก็คือ Oasis SPA ซึ่งเป็นสปาสาขาในประเทศไทย นอกจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวแล้ว ผลกระทบสปาของเชียงใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร (ประราสี เอนก, 2558, 117)

2. ธุรกิจสปาเชียงใหม่ยังไม่ใช่ที่รู้จักในระดับสากล
แม้ว่าธุรกิจสปาในเชียงใหม่ยังไม่ใช่ที่รู้จักในอันดับต้นๆ ของโลก แต่ทว่าธุรกิจสปาเพิ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ได้มาท่องเที่ยวในเชียงใหม่ที่มาเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand (Kamolthamwong Lakkana, 2015, 29)
3. คุณภาพสินค้ายังไม่ได้มาตรฐาน
แม้ว่าจำนวนหรือธุรกิจสปาในเชียงใหม่มีมากและมีคุณภาพที่ดี แต่ถ้ามองในแง่ของการแข่งขันแล้ว ธุรกิจสปาในเชียงใหม่ยังไม่ได้มีคุณภาพอย่างแท้จริง มีเพียงธุรกิจสปาส่วนน้อยที่จะนำเสนอในรูปแบบเอกลักษณ์ของล้านนาอย่างแท้จริง นอกจากนี้ธุรกิจสปาบางส่วนยังอยู่ในทำเลที่ไม่ค่อยเหมาะสมทำให้ลูกค้าไม่ค่อยสนใจ (Wang, 2009, 58)
4. เป็นธุรกิจมีข้อจำกัดในการพัฒนา
โรงแรมและร้านค้าในเชียงใหม่ต่างก็มีบริการสปาให้แก่ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทำให้ธุรกิจสปาไม่สามารถพัฒนาได้เท่าที่ควร (Li, 2015, 53)

สรุป

การเตรียมความพร้อมเพื่อต้อนรับลูกค้าชาวจีนของธุรกิจสปาในเชียงใหม่ควรจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้าน นอกจากเจ้าของสถานประกอบการสปาในเชียงใหม่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาที่มีคุณภาพ รูปแบบการบริการสปาที่ต้องผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือเอกลักษณ์ของล้านนา พนักงานสปาที่มีความพร้อมทั้งด้านทักษะวิชาชีพและทักษะด้านภาษา รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็เป็นอีกแรงขับเคลื่อนหลักที่จะช่วยให้ธุรกิจสปาเชียงใหม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าชาวจีนได้

เอกสารอ้างอิง

- กวรรณ สังขกร, จักรี เตชะวารี และ กาญจนา จีรัตน์. (2556). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรมการท่องเที่ยว. (2558). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวมีนาคม 2558**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/222/24367.pdf>.
- จักรี เตชะวารี, สุเมธ พุกฤษฤดี และ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2556). **ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย กรณีนักท่องเที่ยวจากตลาดตะวันออก**. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เชียงใหม่นิวส์. (2558). **ธุรกิจสปาเชียงใหม่บูม ชาวจีนฮิตแห่ใช้บริการ**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.chiangmainews.co.th/page/archives/429079>.



- ประวาลี เอนก. (2558). การพัฒนาตัวแบบจำลองคุณค่าทางการตลาดจากการบริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่.
วารสารเซนต์จอห์น. 2015(17), 119-123.
- พิมพ์ใจ ศิริไพบุลย์ และ ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล. (2556). การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ลีปปคินี บาเรย์. (2555). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของ
นักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- สุจิต นิรมล. (2553). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาปลาในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอกสารความรู้ ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ**. (2556). กรุงเทพฯ: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
กระทรวงสาธารณสุข.
- อานันท์ วโรตมโสภณ. (2557). **ผลกระทบต่อธุรกิจที่พักจากนักท่องเที่ยวชาวจีน**. เชียงใหม่:
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Kamolthamwong Lakkana. (2015). Yi Taiguo Wei Mudidi De ZhongguoLvyouShichangKaifaYanjiu,
Beijing: Department of Tourism Management, Beijing Jiaotong University. 《以泰国为
目的地的中国旅游市场开发研究》
- Li, S.(2015). ZhongguoYouke Dui QingmaiWenhuaLvyouJingdian De ManyiduYanjiu.
Kunming: Department of Tourism Management, Kunming University of Science and Technology
《中国游客对清迈文化旅游景点的满意度研究》
- Ministry of Commerce People's Republic of China. (2011).Qingmai: ShijiePaimingDi'er de
ZuijiaDujiaMudidi.(2011). Retrieved 29 April, 2011, from www.mofcom.gov.cn/aarticle/i/jylj/201104/20110407526065.html. 《清迈：世界排名第二的最佳度假目的地》
- Wang, W.(2009).Taiguo Lvyouye Kechixu Fazhan de Guanli Cuoshi Yanjiu. Kunming: Department
of Tourism Management, Kunming University of Science and Technology. 《泰国旅游
业可持续发展的管理措施研究》
- Wei, H.(2015).Jinnian Chengwei Qingmai Lvyou Huangjinnian. Retrieved 28 October, 2015,
from www.caexpo.com/news/info/industry/2015/10/28/3653131.html. 《今年成为清迈
旅游黄金年》
- Yi, Q. (2008). JizhiFangzhong de Taiguo SPA. XinJingji. 2008(2), 94-95.
《极致放纵的泰国SPA》