

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอหัว  
หิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Factors Related to of Spa Service of Thai Tourists in Hua Hin  
Prachuap Khirikhan

วิชสุดา ร้อยพิลา\*

Wichsuda Roiphila\*

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี\*

Faculty of Liberal Arts Bangkok Thonburi University\*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการร้านสปา และเพื่อศึกษาการให้บริการของร้านสปาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เป็นการวิจัยสถิติเชิงปริมาณ(Quantitative Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (Type equation here) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) t-test และ F-test (ANOVA) พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 รายได้มากกว่า 20,001 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องเลือกใช้บริการของร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.15) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.00) ด้านจัดช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.03) ด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.14) ด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก (= 4.16) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.18) ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.00)

คำสำคัญ : การบริการ, สปา, หัวหิน

Abstract

This purpose of this research was to study Factors Related to of Spa Service of Thai Tourists in Hua Hin Prachuap Khirikhan. The sample of this study consisted of 400 respondents. Statics used in analyzing data were percentage, mean, standard deviation (SD), t-test and F-test (ANOVA)

Research results show that mostly 218 females, representing 54.50 percent, aged between 26- 35 years, 147 people, accounting for 36.80%, bachelor degree study, 192 people, accounting for 48.00%, 153 private businesses, accounting for 38.20% The more than 20,001 Baht 150 representing 37.50 percent of respondents comment on potential service spa to influence the selection of spa tourists in Hua Hin, Thailand. Prachuap Khiri Khan Province When considering each aspect, it is found that the product is in a high level ( $\bar{X}$  = 4.15), the price is in

Received: 2020-05-31; Revised: 2020-06-10; Accepted: 2020-06-16

a high level ( $\bar{X}$  = 4.00), the place is in a high level ( $\bar{X}$  = 4.03), promotion is at a high level ( $\bar{X}$  = 4.14), in the personal aspect, is in a high level ( $\bar{X}$  = 4.16), in the process at a high level ( $\bar{X}$  = 4.18), in the physical evidence is at a high level ( $\bar{X}$  = 4.00)

Keywords : serviced; Spa; Huahin

## บทนำ

ปัจจุบันตลาดธุรกิจบริการมีการขยายตัวและกำลังได้รับการตอบรับอย่างดียิ่งจากผู้บริโภค เนื่องมาจากภาวะแวดล้อมที่ค่อนข้างดีที่เครียด ซึ่งโดยเฉพาะคนไทยส่วนใหญ่ที่เจอวิกฤตการณ์ต่างๆที่เกิดภาวะความเครียด ความกังวลและความกดดันทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายก่อให้เกิดความเมื่อยล้า ปวดเมื่อย อาการเหล่านี้อาจจะถือเป็นสาเหตุทำให้คนไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจบริการเกี่ยวกับสุขภาพได้รับความสนใจและได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคมากขึ้นตามไปด้วย (มนสิชา สุขชม และ อุบลวัลย์ รอดเยี่ยม, 2556) ในภาพรวมอุตสาหกรรมสปาที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งในด้านจำนวนผู้มาใช้บริการและสถานที่ให้บริการ เนื่องจากไทยมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่ และทรัพยากรประกอบกับมีบริการสนับสนุนสุขภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ อาทิ นวดไทย การใช้สมุนไพรไทย และมีจุดเด่นด้านอภัยภัยและมารยาทในการให้บริการ ทำให้ธุรกิจบริการในสาขานี้มีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง (อรทัย จันทรโรและคณะ, 2559) อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเมืองที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติปีละประมาณ 1.8 ล้านคน เดินทางมาพักในอำเภอหัวหินระยะเวลาเฉลี่ยตั้งแต่ 7 - 15 วัน และมีอีกไม่น้อยที่พักนานถึง 1 เดือน ดังนั้นอำเภอหัวหินจึงเป็นเมืองที่เหมาะสมในการทำธุรกิจสปา จึงทำให้ในปัจจุบันมีธุรกิจสปา ที่จดทะเบียนเป็นสถานประกอบการ สปาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนมากถึง 130 แห่ง (Department of Health Service Support, 2013 อ้างถึงใน วรลักษณ์ เขียวมีส่วน, 2561)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผลการศึกษานี้จะสามารถนำไปประยุกต์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจสปาในอนาคตต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทย อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจสปากับการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทย อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

## ขอบเขตของปัญหา

การศึกษา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาเฉพาะประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต ดังนี้



1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์พิจารณา 7 ด้าน คือ ส่วนผสมทางการตลาดในธุรกิจบริการ (7P's)
2. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือนสิงหาคม- กันยายน พ.ศ. 2562
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

### วิธีดำเนินงานวิจัย

รูปแบบ / วิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการร้านสปา อำเภอ หัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. วิธีสุ่มตัวอย่างวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเริ่มจากการวิจัยสืบค้น (Exploratory Research) ข้อมูลทุติยภูมิจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและใช้วิธีการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกานสร้างแบบสอบถามขึ้นเพื่อใช้ในการวิจัย
4. นำข้อมูลการสำรวจไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งสถิติที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาประกอบด้วยค่าความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในร้านสปา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในปี 2562 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่ร้านสปาในช่วงเดือนสิงหาคม ปี 2562
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
รวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล  
ตอนที่ 1 เป็นคำถามส่วนบุคคลซึ่งจะมีเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้  
ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)  
การวิเคราะห์ข้อมูล  
การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องลงรหัสและนำข้อมูลมาลงเครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จทางสถิติ ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาใช้สถิติ ดังนี้
1. สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อวิเคราะห์ตัวอย่างและปัจจัยข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสปา อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาอำเภอหัวหิน โดยวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-Test) วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

### สรุปผลการวิจัย

1. จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้มากกว่า 20,001 บาท ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการร้านสปา

การเลือกใช้บริการร้านสปา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.15	.587	มาก
2. ด้านราคา (Price)	4.00	.597	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.03	.607	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.14	.611	มาก
5. ด้านบุคคล (People)	4.16	.608	มาก
6. ด้านกระบวนการ (Process)	4.18	.506	มาก
7. ด้านสถานที่ (Physical Evidence)	4.00	.630	มาก
รวม	4.10	.428	มาก

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านสปา เพศชายและเพศหญิง มีเพศต่างกันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านสปาที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านผลิตภัณฑ์, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคคล, ด้านกระบวนการและ ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านสปาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านผลิตภัณฑ์และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



2.4 นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านสปาที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาโดยรวมแตกต่างกัน โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคคล, และ ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการร้านสปาที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านสปาโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่รายด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคคล, และ ด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปีมากที่สุด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว รายได้ มากกว่า 20,001 บาท ซึ่งสอดคล้องกับไพโรจน์ สมศรี (2553) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการสปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท และ ภรภัทร วุฒิวฒนกุล (2557) ได้ศึกษาเรื่องแผนธุรกิจร้านสปาเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 15,001- 25,000 บาท

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคาและด้านสถานที่ ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างกับวิจัยของ อรทัย จันทรโร (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับน้อยทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านบุคคลากร

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการอื่นเสริม นอกจากใช้แบบสอบถามอย่างเดียว เช่น ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ซึ่งอาจจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องและได้รายละเอียดมากกว่านี้

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 Ps ที่มีผลต่อการใช้บริการ ในเขตพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบผลวิจัยว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกัน

## บรรณานุกรม

- ไพโรจน์ สมศรี. 2557. การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อาศัยในท้องถิ่น [ออนไลน์] <http://www.northbkk.ac.th/> [สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2562 ]
- ภรภัทร วุฒิวัฒนกุล. 2557. แผนธุรกิจร้านสปาเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- มนสิชา สุขชมและ อุบลวัลย์ รอดเอี่ยม. 2556. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยบริการ ปีที่ 24 ฉบับที่ 8 ตุลาคม - ธันวาคม 2556 .มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- วรลักษณ์ เขียวมีส่วน.2561.แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจสปา เพื่อตอบสนองความคาดหวังในการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ บริเวณอำเภอหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์.วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2561
- ศัชชญาส์ ดวงจันทร์.2558.ความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม.วารสารเทคโนโลยีภาคใต้ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2559.
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์.(2554).การบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. สืบค้นจาก [ออนไลน์] <http://ssruir.ssru.ac.th/handle/ssruir/463>[สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2562 ]
- โสภิตา รัตนสมโชค.(2558).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ(บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก [ออนไลน์] <http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/> [สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2562 ]
- อรทัย จันทรโร.2559. พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2559