

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“สปา” ได้ถือกำเนิดขึ้นในราวศตวรรษที่ 17 ที่เทือกเขาอาร์เดนเนส (Ardennes Mounting) ในเมืองสปา ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นเมืองตากอากาศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ และเป็นชนชั้นสูงที่นิยมไปพักผ่อนด้วยการแช่น้ำอุ่น น้ำร้อน เนื่องจากสภาพอากาศในประเทศเบลเยียมมีความหนาวมาก ทำให้การแช่น้ำอุ่น น้ำร้อน รู้สึกผ่อนคลาย สบายกาย สบายใจ ตลอดจนการแช่น้ำอุ่น น้ำร้อนที่เทือกเขาอาร์เดนเนส ในเมืองสปาสามารถบำบัดอาการเจ็บป่วยตามร่างกายได้ ดังนั้น การแช่น้ำอุ่น น้ำร้อน จึงมีความสำคัญในการรักษาโรคจนกลายมาเป็นวารีบำบัดด้วยการแช่น้ำ อาบน้ำ การชโลม คั้ม และกิน (กระทรวงสาธารณสุข, 2547, น. 13) ต่อมาจึงเป็นที่นิยมแพร่หลายในสังคมทั่วโลก โดยมีการนำเอารูปแบบสปา วารีบำบัดมาใช้ในโรงแรม รีสอร์ท ด้วยการผสมผสานกลมกลืนระหว่างน้ำธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและสถานที่ จึงได้รับการยอมรับทั่วโลก (เพ็ญญา ทรัพย์เจริญและคณะ, 2558, น. 1)

สำหรับธุรกิจสปาที่จะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Ready) โอกาสของประเทศไทย ในด้านศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันนั้นมีความได้เปรียบเหนือประเทศอื่น เนื่องด้วยสปาไทยมีเอกลักษณ์และคุณลักษณะโดดเด่นหลายประการ เช่น ด้านบริการ ความสะอาด การผ่านมาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐ ทำให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทยมีกระแสนิยมในสปาของประเทศไทยค่อนข้างสูงจากปี 2556 มีชาวต่างชาติมาใช้บริการสปาในประเทศไทย 25,087.33 ล้านบาท ในปี 2557 มีชาวต่างชาติมาใช้บริการสปาในประเทศไทย 26,811.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 จากปีที่ผ่านมา ในปี 2558 มีชาวต่างชาติมาใช้บริการสปาในประเทศไทย 31,155.48 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากปีที่ผ่านมา และในปี 2558 ประเทศไทยมีสถานบริการสปา จำนวน 2,053 แห่ง (สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558, น. 1)

ธุรกิจสปาเริ่มเข้ามาในประเทศไทย เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2544 ซึ่งในช่วงนั้นสปาเป็นเพียงธุรกิจที่แฝงตัวอยู่ในโรงแรมเพื่อรองรับผู้ที่มาพักที่โรงแรม และไม่มีลักษณะเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์เท่าใดนัก ในปี 2547 สปาเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยทั่วไปผู้ที่มาใช้บริการด้านสปาจะเป็น

ข้าราชการ นักธุรกิจ รวมถึงประชาชนต่างให้ความสนใจอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ธุรกิจสปามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งประเทศไทยมีรายได้จากการให้บริการในธุรกิจสปา ประมาณ 4,000 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2549 เป็น 9,000 ล้านบาท โดยในปี 2551 ธุรกิจสปาในประเทศไทยมีผู้เข้าใช้บริการถึงประมาณ 4 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจาก 3.6 ล้านครั้งในปี 2549) ส่วนใหญ่ผู้ที่มาใช้บริการสปาจะเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 80 ทั้งที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และเป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย 14,000 ล้านบาท และสร้างงานให้กับคนไทยมากกว่า 5,000 คน สปาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและเป็นรายได้หลัก คือ สปาในโรงแรมและรีสอร์ท (Hotel & Resort Spa) ซึ่งมีกลุ่มตลาดหลักเป็นชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูงและสปาขนาดเล็ก (Day Spa) จะเป็นกลุ่มลูกค้าคนไทยที่มีความนิยมมาใช้บริการสปามากขึ้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, สำนักการค้าบริการและการลงทุน, 2559) ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากธุรกิจสปา 31,155.48 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558, น. 1)

ในปัจจุบันมีสถานบริการสปาในโรงแรม รีสอร์ท ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยติดอันดับเมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่มีชื่อเสียงในเรื่องสปา ทั้งนี้เนื่องมาจากประเทศไทยมีภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับศาสตร์ การนวดแผนโบราณ การแพทย์แผนไทย สมุนไพรที่มีหลากหลาย ซึ่งเมื่อนำภูมิปัญญาพื้นบ้านมาผสมผสานกับการทำสปา ทำให้สปาในเมืองไทยเป็นที่ยอมรับและได้รับการชื่นชมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรือแม้แต่ชาวไทยเองก็เป็นที่นิยมอย่างมาก (วาฤทธิ์ ศรีพิทยาโรจน์, 2552, น. 1) และรัฐบาลมีการผลักดันธุรกิจสปาไทยออกสู่ตลาดต่างประเทศโดยรัฐบาลเร่งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสมุนไพรของภูมิภาคเอเชีย และศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย โดยเฉพาะธุรกิจสปาที่มีอัตราการเติบโตสูง ซึ่งทำให้อเมริกา ยุโรป และเอเชีย ขนานนามสปาไทยว่า "Capital Spa of Asia" (วาฤทธิ์ ศรีพิทยาโรจน์, 2552, น. 2)

กรอบกับภาครัฐมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 - 7 เน้นการใช้แรงงานและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขาดสมดุล แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 - 10 เน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) เพื่อมุ่งสู่เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ใช้ทุนมนุษย์ - เทคโนโลยี และนวัตกรรม - ความปรองดอง เพื่อเน้นย้ำเศรษฐกิจพอเพียง ความสมดุลและยั่งยืน และแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2555 - 2559 โดยมียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาสปาและบริการสุขภาพ ดังนี้ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพ (Fit) กำจัดจุดอ่อนด้านการเงิน ทรัพยากรบุคคลกระบวนการ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความมั่นคงในระยะยาวให้กับธุรกิจ

(Firm) สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างนวัตกรรม การมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการทำให้เกิดความสะดวกสบายของลูกค้า ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเน้นความรวดเร็วและความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน (Fast & Flexible) เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ และความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้าหรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายธุรกิจและการมีพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ (Friends) ไม่ว่าจะเป็นพันธมิตรในสาขาธุรกิจที่ส่งเสริมกันเช่น ท่องเที่ยวความงาม กีฬา อาหาร และยา ตลอดจนการทำ Social Network กับลูกค้า และคู่ค้า ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างแบรนด์สปาไทยให้กลายเป็นแบรนด์ในระดับสากล (Favorite and Famous) และผลักดันให้สปาไทยกลายเป็นผู้นำสปาโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันให้สปาและบริการสุขภาพของไทยเป็นแหล่งที่สร้างความสุขที่แตกต่างด้วยมรดกภูมิปัญญา เพื่อสุขภาพอันดีของชาวโลก (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED), 2556, น. 70)

แนวโน้มตลาดธุรกิจสปาภายในประเทศไทยมีการเติบโตในเรื่องสปาสุขภาพและความงาม แนวโน้มในตอนนี้มีผลสำรวจว่าในปี ค.ศ. 2016-2026 จะมีผู้อายุครบ 60 ปีถึง 8,000 คนต่อวัน คนเหล่านี้มีทั้งเวลาและกำลังทรัพย์ แต่ต้องการสุขภาพที่ดีฐานลูกค้ากลุ่มนี้ใหญ่มากมีถึง 700 ล้านคนทั่วโลก และสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ กลุ่มลูกค้าชาวไทยเพราะเป็นตลาดใหญ่ ควรให้บริการและสร้างความประทับใจให้ลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติอย่างเท่าเทียมกัน คุณความเหมาะสมของราคาให้ลูกค้ามาใช้บริการได้อย่างสม่ำเสมอในระยะยาว (วิไลวรรณ ทวีศรี, 2559) นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาต้องหันกลับมามองจุดเด่นจุดด้อยธุรกิจตนเองเพื่อปรับปรุงพัฒนาปรับเปลี่ยนสิ่งที่มีอยู่ให้ดีกว่าเดิมวางแผนธุรกิจสปาในอนาคตพร้อมรองรับกับกลุ่มลูกค้าที่กำลังจะมาสู่ประเทศไทยมากขึ้นด้วย ส่วนด้านการลงทุนธุรกิจสปาต้องใช้เวลาในการลงทุนสูงมากอย่างต่ำเฉลี่ยอยู่ที่ 3 – 5 ล้านบาท ปัจจุบันมีหน่วยงานของภาครัฐคอยให้การสนับสนุนปรึกษาทางด้านการลงทุน เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หรือสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นต้น (Socialintegrated, 2559)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 20 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี (กรมการปกครอง, 2558) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีผู้นิยมใช้บริการสปาและมีผู้ประกอบการธุรกิจสปาเพิ่มมากขึ้น จากปี 2550 มีผู้ประกอบการธุรกิจสปาจำนวน 79 คน (สมาคมสปาไทย, 2551, น. 4 ) ปี 2556 มีผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 109 คน

และปัจจุบันในปี 2559 มีผู้ประกอบการธุรกิจ จำนวน 386 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2559) ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีการนำเอาประเพณีที่งดงาม สถาปัตยกรรมที่อลังการ รวมถึงเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ผลิตด้วยความประณีต ละเอียดและอ่อนช้อย อ่อนหวานและมีเอกลักษณ์ เฉพาะมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจสปา เช่น สถาปัตยกรรมต่าง ๆ เครื่องใช้สอย และเอกลักษณ์ที่อยู่ ภายในคน (Habit Identity) เช่น ความอ่อนน้อม การเอาอกเอาใจ ทำให้ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาชมความเป็นเอกลักษณ์ที่มีการผสมผสานระหว่างเอกลักษณ์พื้นบ้าน และกลุ่มชนเผ่าต่าง ๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และได้กลายมาเป็นจุดแข็งทางอุตสาหกรรมบริการที่ไม่มีที่ใดสามารถเลียนแบบได้ (การตลาดธุรกิจสปา, 2558)

การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นวิธีการวางแผนทำงานที่ผู้ประกอบการคิดขึ้นมาอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อที่จะเอาชนะคู่แข่ง หรือ อุปสรรคต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดผลงานตามความต้องการของธุรกิจ แล้วนำมาสู่ขั้นตอนการปฏิบัติอันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย (สุวกิจ ศรีปัดดา, 2556, น. 81) อันได้แก่ การจัดการในด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด การเงิน/บัญชี และทรัพยากรบุคคล (สาคร สุขศรีวงศ์, 2556, น. 104) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่จะทำให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องวางแผนกลยุทธ์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และการบริหารจัดการในการให้บริการของธุรกิจสปา ประกอบด้วย รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส (ไพบุลย์ ปัตนชนโอวาท, 2558, น. 4) เพื่อให้การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย

จากปัญหาที่พบ ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ หลายด้านทั้งสภาพเศรษฐกิจ และสภาพการแข่งขัน รวมถึงผลกระทบจากวิกฤตการณ์ท่องเที่ยว รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลไทยที่ได้กำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Capital Spa in Asia) ในปี 2546 - 2554 ประกอบกับโครงการพัฒนามาตรฐานและศักยภาพธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพสปาทั่วประเทศให้มีประสิทธิภาพการบริหารจัดการและมาตรฐานการบริการภายใต้แผนงานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้มาลงทุนประกอบธุรกิจสปาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสความนิยม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ISMED, 2556, น. 38) ดังนั้น ธุรกิจสปาจึงมีจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจสปาที่มีคู่แข่งที่สูง เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น กลยุทธ์ทางการตลาดจึงต้องมีการเปลี่ยนแปลง ผู้ประกอบการต้องหาทิศทางว่าจะต้องวางแผนการจัดการกลยุทธ์อย่างไร เพราะปัจจุบันลูกค้ามีความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสปา การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ และการรับบริการ ลูกค้าจะใช้เวลาตัดสินใจนานกว่าเดิม (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม, 2558) และลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงความต้องการอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการ

ส่วนใหญ่ยังไม่ปรับปรุงและไม่เห็นความสำคัญด้านบรรจุกิจภัณฑ์ กระบวนการผลิตและการตลาด และนวัตกรรม จึงมีผู้ผลิตจำนวนน้อยที่ได้รับการยอมรับว่าได้มาตรฐานสากล (สำนักธุรกิจบริการ และ โลกจิตติศาสตร์ค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558, น. 2) ส่วนในด้านการขาดบุคลากรเนื่องจากการเปิดร้านสปาส่วนใหญ่ผู้ประกอบการดำเนินการเอง จ้างพนักงานโดยประกาศรับผู้ที่มีใบอนุญาตที่ผ่านการอบรมสปามาแล้ว เมื่อบุคลากรออกจากงานพร้อมกันหลายคนก็ไม่สามารถหาพนักงานทดแทนได้ เนื่องจากไม่ได้เตรียมการด้านการผลิตบุคลากรไว้ (สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2555, น. 12) นอกจากนี้บุคลากรไม่มีความรู้ความชำนาญ เรื่องการแพทย์แผนไทย สมุนไพร การนวดไทย สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการให้บริการลูกค้า ส่วนใหญ่บุคลากรที่ได้ใบอนุญาตผ่านการฝึกอบรมจะมาทำงานที่ร้านสปาสักระยะเวลาหนึ่งจากนั้นก็จะไปเปิดร้านสปาเองทำให้ขาดแคลนบุคลากร (เพ็ญญา ทรัพย์เจริญและคณะ, 2558, น. 4)

จากความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องการจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อกำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยกลยุทธ์การแข่งขันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ตลาด การเงิน / บัญชี และ ทรัพยากรบุคคล (สาคร สุขศรีวงศ์, 2556, น. 134) เกณฑ์ธุรกิจสปา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ความปลอดภัย การบริการ และ สถานที่ (ปกรณ์ ศรีเรืองทอง, 2558, น. 5) ความสำเร็จในการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และ ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต (Kaplan and Norton, 1996, p 52) ผลของการศึกษานำไปใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและปรับปรุงธุรกิจสปาให้มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและเติบโตในอนาคตอย่างยั่งยืน

## 1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การจัดการกลยุทธ์การแข่งขันและเกณฑ์ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ในระดับใด

1.2.2 ความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ในระดับใด

1.2.3 รูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.2.4 กลยุทธ์สำหรับการแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติเป็นอย่างไร

### 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันและเกณฑ์ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.2 เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.3 เพื่อกำหนดรูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3.4 เพื่อสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ

### 1.4 สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

รูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยรูปแบบผสม โดยการประยุกต์ลักษณะเดียว ซึ่งประกอบข้อมูลเชิงสถิติ ข้อมูลเชิงคุณภาพสำหรับการยืนยัน เพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยครอบคลุมสาระของการวิจัยเพื่อยืนยัน (Confirmatory Investigation) ตรวจสอบ

### 1.6 ขอบเขตด้านวิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบแผนการวิจัยเป็นรูปแบบผสม (Mixed Methods Research) โดยการประยุกต์ลักษณะเดียว (Single Application) ซึ่งประกอบข้อมูลเชิงสถิติ ข้อมูลเชิงคุณภาพสำหรับการยืนยัน เพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

**ระยะที่ 1** การกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปาแบบไม่มีโครงสร้าง เพื่อนำมาสู่การสังเคราะห์ตัวแปร นำไปสู่การออกแบบและสร้างกรอบการวิจัย

**ระยะที่ 2** การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนแนวคิดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและสังเคราะห์ข้อมูลเป็นรูปแบบการจัดการกลยุทธ์เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยโดยมีกิจกรรมหลักอยู่ 2 กิจกรรม คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

#### 1.1 การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

1.1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดอุบลราชธานี 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดอุดรธานี 1 คน จังหวัดบุรีรัมย์ 1 คน และจังหวัดสุรินทร์ 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจสปา คือ เป็นผู้ประกอบการที่เปิดกิจการมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี

1.1.2 ลูกค้ายูมาใช้บริการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดมหาสารคาม 1 คน จังหวัดนครพนม 1 คน และจังหวัดสุรินทร์ 1 คน คน และจังหวัดชัยภูมิ 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือก ในการสัมภาษณ์ลูกค้ายูมาใช้บริการธุรกิจสปา คือ ต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการในร้านสปาอย่างน้อย 2 ครั้งในหนึ่งเดือน

1.1.3 พนักงาน จำนวน 6 คน ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด 1 คน จังหวัดสกลนคร 1 คน จังหวัดหนองคาย 1 คน จังหวัดบุรีรัมย์ 1 คน จังหวัดเลย 1 คน และจังหวัดมุกดาหาร 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกพนักงานในการให้สัมภาษณ์ คือ ต้องให้บริการในร้านสปามาแล้ว 3 ปีขึ้นไป

1.1.4 เจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 6 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดกาฬสินธุ์ 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดมหาสารคาม 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดอำนาจเจริญ 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษ 1 คน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดหนองบัวลำภู 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกในการสัมภาษณ์ คือ เป็นเจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางตรงและทางอ้อมกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.1.5 นักวิชาการ จำนวน 6 คน ได้แก่ นักวิชาการจังหวัดนครราชสีมา 1 คน จังหวัดขอนแก่น 1 คน จังหวัดมหาสารคาม 1 คน จังหวัดยโสธร 1 คน จังหวัดชัยภูมิ 1 คน และจังหวัดร้อยเอ็ด 1 คน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกในการสัมภาษณ์ คือ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางตรงและทางอ้อมกับธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

## 1.2 สรุปการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ SWOT

### 2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ตัวแปรการปรับปรุงแบบการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันให้กระชับและมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

#### 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1.1 ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2559 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 386 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ได้มาโดยการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร (Multivariate Analysis) ต้องมีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่เพราะหากใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะมีโอกาสที่ตัวแปรจะมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยกว่า (Jores Kog & Sorbom, 1993) ได้เสนอว่า การกำหนดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 20 เท่าของตัวแปรในโมเดล (Model) นั้น ๆ ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรทั้งหมด 15 ตัวแปร ดังนั้นมีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 320 คน กระจายใน 20 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

### 3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยไว้ ดังนี้

#### 3.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variable)

การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านตลาด ด้านการเงิน / บัญชี และด้านทรัพยากรบุคคล

#### 3.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variable)

3.2.1 เกณฑ์ธุรกิจสปา ได้แก่ ด้านผู้ประกอบการ ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ และด้านสถานที่

3.2.2 ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจสปา ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต



#### 4. ขอบเขตการวิจัย

##### 4.1 ด้านพื้นที่ในการวิจัย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี

##### 4.2 ด้านเวลา

ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2559 ถึง 31 มีนาคม พ.ศ. 2560

ระยะที่ 3 การสร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจสปาและเสนอแนะแนวทางเชื่อมกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ โดยการวิเคราะห์ Tows Matrix

ระยะที่ 4 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อพัฒนาและการยืนยันรูปแบบการวิจัย

#### 1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1.7.1 เพื่อทราบถึงการจัดการกลยุทธ์การแข่งขันในปัจจุบันและปัญหาธุรกิจสปาของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจหรือพัฒนาปรับปรุงธุรกิจในการเพิ่มยอดขายให้แก่ธุรกิจสปาได้ในอนาคต

1.7.2 เพื่อทราบถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจสปาให้ประสบความสำเร็จ และสามารถกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานของธุรกิจสปาต่อไป

1.7.3 เพื่อเป็นแนวทางการบริหารจัดการและการดำเนินงาน เพื่อยกระดับขีดความสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพตลาดในการเพิ่มผลผลิตมูลค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและคุณภาพของสินค้าและบริการของธุรกิจสปา

1.7.4 เป็นแนวทางให้ผู้สนใจทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ใช้เป็นแนวทางศึกษาหรือวิจัยให้เกิดองค์ความรู้ รวมทั้งเป็นการขยายองค์ความรู้ให้สามารถนำไปใช้พัฒนาธุรกิจสปาได้ตามความต้องการและความเหมาะสม

## 1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

**1.8.1 การจัดการกลยุทธ์การแข่งขัน** หมายถึง การมีความสามารถเลือกใช้ความได้เปรียบทางธุรกิจและนำมาปรับใช้ โดยมีการวางแผนนำมาพัฒนาเป็นจุดแข็งในการแข่งขันและการกำหนดแนวทางปฏิบัติ ในด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด การเงิน / บัญชี ทรัพยากรบุคคล เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ ด้วยการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ที่จะสามารถชนะคู่แข่งได้ด้วยการควบคุมต้นทุนการผลิตให้มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง การพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน การสร้างความแตกต่าง ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการให้มีเอกลักษณ์และความโดดเด่น การจำกัดขอบเขต ด้วยการจำกัดขอบเขตในการให้บริการลูกค้า เช่น ลูกค้ากลุ่มวัยทำงานที่เข้ามาใช้บริการในเรื่องลดริ้วรอยและกลุ่มวัยรุ่นที่ต้องการรับบริการหน้าขาวใส แยกการบริการระหว่างชายกับหญิง การตอบสนองที่รวดเร็ว ที่มีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการและการนำเสนอสินค้าใหม่ เพื่อให้การทำงานของผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพและสร้างกำไรในธุรกิจ ซึ่งการจัดการธุรกิจมีองค์ประกอบ ดังนี้

**1.8.1.1 ผลิตภัณฑ์** หมายถึง สินค้า หรือบริการ ที่เสนอขายโดยธุรกิจซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพแต่ราคาเท่าเดิม ในการออกแบบผลิตภัณฑ์มีรูปแบบทันสมัยเมื่อนำสินค้าไปใช้เห็นผลได้ในเวลาที่ระบุไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ โดยผ่านกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต การตอบสนองที่รวดเร็ว

**1.8.1.2 ตลาด** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการใช้ความสามารถในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด และแบ่งส่วนตลาด เพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะขายสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า โดยมีการส่งเสริมด้านการตลาดด้วยการโฆษณา แผ่นพับ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และมีข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับการบริการสปาทางอินเทอร์เน็ต นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง

**1.8.1.3 การเงิน/บัญชี** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีการรายงานหรือสรุปข้อมูลทางบัญชี/การเงิน ที่สามารถตรวจสอบกิจกรรมการดำเนินการว่ามีรายรับรายจ่ายเท่าใด ในการควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามทางร้านที่กำหนด หรือจัดทำบัญชีสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ

**1.8.1.4 ทรัพยากรบุคคล** หมายถึง การที่ผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมของ ทรัพยากรบุคคลซึ่งบุคลากรต้องมีประกาศนียบัตรผ่านการอบรมวิชาชีพที่เป็นประโยชน์ต่อการ ดำเนินงานธุรกิจ และมีการกำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบของทรัพยากรบุคคลตามความรู้ ความสามารถและทักษะ เพื่อบรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติงานของธุรกิจสปาทั้งปัจจุบันและอนาคต

**1.8.2 เกณฑ์ธุรกิจสปา** หมายถึง ข้อกำหนดให้ผู้ดำเนินการธุรกิจสปาปฏิบัติเพื่อให้มีการ ควบคุม ดูแลและรับผิดชอบต่อการค้าบริการธุรกิจสปา ที่มีคุณสมบัติ ด้านความรู้ ความสามารถที่ได้ มาตรฐานประกอบด้วย ผู้ดำเนินการ ให้บริการ ความปลอดภัย การบริการ และสถานที่ องค์กรประกอบธุรกิจสปา ได้แก่

**1.8.2.1 ผู้ประกอบการ** หมายถึง บุคคลหรือตัวแทนที่ทำหน้าที่บริหารดูแลธุรกิจ ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้ดำเนินการสปา มีความรู้ ความสามารถ ในการ ควบคุม ดูแล รับผิดชอบต่อเอาใจใส่ดูแลลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานและผู้ประกอบการ ร้านสปา อื่น ๆ พร้อมทั้งสามารถรับแรงกดดันในการทำงานได้

**1.8.2.2 ความปลอดภัย** หมายถึง ทางร้านมีผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยได้รับการรับรอง จาก อ.ย. สถานบริการได้รับใบรับรองตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข ส่วนในด้านอุปกรณ์และ เครื่องมือที่ใช้มีความสะอาดพร้อมให้บริการเพราะทางร้านให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการ ใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ พร้อมทั้งมีการจัดระบบปฐมพยาบาล ระบบฉุกเฉิน และระบบอื่น ๆ ของอุปกรณ์ที่ใช้ในธุรกิจเพื่อสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้มารับบริการในร้านสปา

**1.8.2.3 การบริการ** หมายถึง บุคคลหรือพนักงานผู้ให้บริการในร้านสปา ต้องการ ผ่านการฝึกอบรมตามเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข และการให้บริการต้องมีคุณภาพ เป็นที่ไว้วางใจและเชื่อถือได้ มีการบริการให้เลือกหลากหลายในการให้บริการเป็นไปตามเวลาที่ กำหนดและให้บริการครบทุกขั้นตอนพร้อมทั้งมีการจัดระบบคิวเพื่อลูกค้าที่มาใช้บริการจะได้ไม่ ต้องรอนาน

**1.8.2.4 สถานที่** หมายถึง แหล่งที่ตั้งอยู่ชุมชนสะดวกในการเดินทางมีป้ายชื่อร้าน มองเห็นได้ชัดเจน พร้อมทั้งการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเน้นธรรมชาติสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีระบบการถ่ายเทอากาศที่ดี ในการให้บริการมีสถานที่ให้บริการ กว้างขวางและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ

**1.8.3 ความสำเร็จในการดำเนินงาน** หมายถึง การจัดการของการสร้างงานที่สามารถสร้าง งานออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงาน มีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบ เทียบ กับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้

ประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้านได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน องค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้แก่

**1.8.3.1 การเงิน** หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน มียอดขาย และผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจทำให้ผลการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

**1.8.3.2 ลูกค้า** หมายถึง การที่ธุรกิจนำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน มีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่อง

**1.8.3.3 กระบวนการธุรกิจภายในองค์กร** หมายถึง การให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาภายในให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพในธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบระยะเวลา เพื่อการเรียนรู้ และพัฒนากลยุทธ์ และนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น การสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า มีกระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ มีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ และมุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

**1.8.3.4 การเรียนรู้และเจริญเติบโต** หมายถึง การที่ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยมีการออกแบบ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า และมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้รับความรู้ เพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น มีการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

**1.8.4 สปา** หมายถึง กิจกรรมการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าของร่างกายและความตึงเครียดของจิตใจ โดยมีน้ำเป็นส่วนประกอบ และในร้านสปาจะต้องมีกิจกรรมเสริมอย่างน้อย 3 อย่าง ได้แก่ การอบสมุนไพร โภชนาการบำบัดและการควบคุมอาหาร การใช้สมุนไพร การแช่น้ำแร่ น้ำพุร้อน ขัดหน้า ขัดผิว โยคะ ออกกำลังกายหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ

**1.8.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** หมายถึง จังหวัดในประเทศไทย 20 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด กาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครพนม จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดยโสธร จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดเลย จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดหนองคาย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี

