



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

คณะผู้วิจัย

ปวารณา อัจฉริยบุตร

จิราพร ประसारการ

ชนิษฐา ธนาวิรัตน์านิจ

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

พฤษภาคม 2549

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา
ในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. ปวธนา อัจฉริยบุตร | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |
| 2. จิราพร ประสารการ | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |
| 3. ขนิษฐา ธนาวิรัตนานิจ | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |

สนับสนุนโดย

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

พฤษภาคม 2549

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำวิจัยโครงการ การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาหารูปแบบเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามัน และหาแนวทางการบริหารธุรกิจสปาที่เหมาะสมในเชิงของพื้นที่ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการสปา ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยมีความประทับใจในผู้ประกอบการธุรกิจสปาอันดามัน ที่สละเวลาในการตอบข้อซักถามและให้ข้อมูล อันจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจสปาที่ยั่งยืนในพื้นที่อันดามันต่อไป และได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะ โรงแรมพระนางอินน์ กันตวันสปา ไล่ล่าสปา มะเดหวีสปา สวัสดิ์สปา และอันดามันเฮอเบิลสปา (บ้านสมุนไพโร) จังหวัดกระบี่ บ่อแสนวิลล่าแอนด์สปา มุกดาราสปา มุกดาสปา เลอสปา ลาฟอรั่วสปา และสโรจินสปา จังหวัดพังงา บ้านธรรมชาติ เรือนรมย์สปา ศิวราสปา จันดารา สปา เมอเอมสปา ทิวสนสปา ธาราสปา พันนาราสปา มโนราห์สปา มรดกสปา เรนทรีสปา สบับงาสปา สุรินทร์ไทยสปา สุขโขสปา และภูเก็ตเฮลท์สปา จังหวัดภูเก็ต อีกทั้งขอขอบพระคุณสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจสปาจังหวัดภูเก็ต และชมรมผู้ประกอบการธุรกิจสปาพังงา กระบี่ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสปาอันดามันแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการสปาอันดามัน และสามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ดีในการวางแผนการบริหารจัดการธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามัน ในด้านการจัดการองค์กรและการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการสปาใหม่ๆ ที่สามารถยกระดับสปาได้ รวมทั้งการร่วมงานกับโรงพยาบาลจะสามารถยกระดับของสปานำไปสู่การบำบัดเพื่อการรักษาได้ เพื่อให้พื้นที่อันดามันเป็นศูนย์กลางทางการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ให้สมกับเป้าหมายที่ภาครัฐได้ตั้งไว้ว่าพื้นที่อันดามันจะต้องเป็นศูนย์กลางทางสุขภาพ (Hub of Health) ของเอเชีย

คณะผู้วิจัย

25 ตุลาคม 2549

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

ในการศึกษาวิจัยการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการบริหารธุรกิจสปาที่เหมาะสมทั้งในเชิงของพื้นที่ และสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งลักษณะของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ในการวิจัยมีคำถามหลักในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นอย่างไร
2. รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาซึ่งประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นอย่างไร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา ส่วนที่ 3 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มย่อย

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ และสถานบริการสปาในเขตอันดามัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ผู้ที่ดูแล หรือเป็นผู้จัดการมักเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และก็เป็นธุรกิจที่เพศชายสนใจลงทุน และมีความรู้ความสนใจกับธุรกิจทางด้านนี้มากขึ้น ลักษณะการลงทุนธุรกิจสปาของผู้ประกอบการมีดังนี้ คือ

1. การลงทุนในธุรกิจสปาที่เป็นลักษณะเดย์สปา (Day Spa) ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน
1. การลงทุนธุรกิจสปาที่เป็นรีสอร์ทสปา (Resort Spa) ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่มีที่พักค้างคืน โดยนักลงทุนส่วนใหญ่มองว่า การให้บริการสปาในที่พักนั้น เป็นการยกระดับคุณภาพของโรงแรมมากขึ้น
2. การลงทุนธุรกิจสปาโดยร่วมมือกับโรงพยาบาลโดยทำเป็นเมดิคอลสปา (Medical Spa) การลงทุนทำธุรกิจสปาประเภทนี้เพิ่งจะเกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต โดยเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน คือ บ้านธรรมชาติซึ่งเป็นเดย์สปาร่วมมือกับโรงพยาบาลป่าตอง

ในการลงทุนธุรกิจสปาอันดามันนั้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะตั้งเป้าในการค้ำหนุนว่าต้องระยะเวลาในการค้ำหนุนอย่างน้อย 5 ปี

2. ภาพรวมการตลาดธุรกิจสปา

จุดแข็งที่สำคัญของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันที่สำคัญคือ

- 1) การมีธรรมชาติที่สวยงามของจังหวัดในแถบอันดามัน ซึ่งผู้ประกอบการมองว่า นิยามของคำว่า สปา ซึ่งแปลว่า การบำบัดด้วยน้ำไปสอดคล้องกับลักษณะทางธรรมชาติของพื้นที่อันดามันเป็นอย่างดี
- 2) การออกแบบสถานที่ของผู้ประกอบการ ที่สามารถผนวกเอาธรรมชาติโดยรอบมาใช้ในการออกแบบ และตกแต่งสถานที่ เช่น สปาที่เป็นสถานที่ริมทะเล มักจะออกแบบเป็นแบบโล่ง (Outdoor Spa) เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสธรรมชาติขณะที่รับบริการสปา
- 3) การบริการที่ดีเยี่ยม ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องไม่มองข้ามรายละเอียดเล็กน้อย เช่น การมีดอกกล้วยไม้ประดับในถาดผลิตภัณฑ์ การเปิดของใช้ที่สะอาดและใหม่เอี่ยมให้ลูกค้าเห็น การบริการที่น่าประทับใจ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในการทำธุรกิจสปาในเขตพื้นที่อันดามัน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ 3 จุดใหญ่ ๆ คือ

- 1) ปัญหาด้านสถานที่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัญหาของสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงา ซึ่งการเดินทางไปมาของลูกค้าไม่สะดวก ดังนั้น การทำตลาดในการดึงลูกค้าเข้ามาใช้บริการ จึงต้องอาศัยบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น ส่วนสปาในจังหวัดภูเก็ต และกระบี่มักจะไม่มีปัญหา
- 2) ปัญหาด้านการแย่งชิงพนักงานให้บริการ
- 3) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีสถานประกอบการสปาหลายๆ แห่ง ที่ไม่สามารถนำเอาสมุนไพรไทยมาใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของสปาได้ เนื่องจากมีสมุนไพรไทยหลายชนิดยังไม่มีการวิจัยรองรับ

3. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

จากสาเหตุที่ช่วงเวลาของฤดูกาลที่เปลี่ยนไป ทำให้กลุ่มลูกค้าสปา ซึ่งไปสอดคล้องกับการทำการตลาดทางการท่องเที่ยวก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดจะเป็นลักษณะดังนี้

- จังหวัดภูเก็ต กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการสปาส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มเอเชียที่เน้นมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ ประกอบด้วย จีน เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ (Independent Tourists)

- จังหวัดพังงา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มสแกนดิเนเวียน และเยอรมัน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ และต้องการบรรยากาศที่เป็นความสงบ ความเงียบ นอกจากนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ แต่เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีคุณภาพ และมีกำลังซื้อสูงมาก อย่างไรก็ตามจังหวัดพังงายังคงประสบปัญหาของฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวน้อยอยู่

- จังหวัดกระบี่ จากการที่จังหวัดกระบี่มีสนามบินนานาชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวกระบี่มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวียที่ชื่นชอบกิจกรรมและกีฬาต่าง ๆ ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเอเชียและนักท่องเที่ยวจากเยอรมันเข้ามาเพิ่มขึ้น นอกจากนี้มีกลุ่มลูกค้าคนไทยเข้ามาใช้บริการสปาที่เป็นเดย์สปาเพิ่มขึ้น

4. การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Supply Chain)

ในการ จัดทำธุรกิจสปานั้นมีการจัดการในด้านห่วงโซ่อุปทานโดยแบ่งตามระยะเวลาดังนี้ คือ

1. การจัดการในช่วงก่อนการเปิดให้บริการสปาแก่ลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย
 - การสร้างและตกแต่งสถานที่ในการจัดทำธุรกิจสปา
 - การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการสปา
 - การติดตั้งเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน หรือมีการจัดเก็บข้อมูลการให้บริการสปาได้ดี
2. การจัดการในช่วงการเปิดให้บริการสปา ซึ่งประกอบด้วย
 - การจัดการด้านผลิตภัณฑ์สำหรับหน้า ตัว และผลิตภัณฑ์กันแดด รวมถึงเครื่องสำอาง
 - อุปกรณ์สำหรับการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับหน้าและตัว ซึ่งจะต้องมีปริมาณเพียงพอ และสามารถรองรับกับจำนวนผู้ใช้บริการได้
 - การจัดการด้านธุรกิจสปากับบริษัทนำเที่ยว หรือโรงแรมที่ไม่มีบริการสปา
 - การจัดการด้านสิ่งพิมพ์ โฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะในระยะ 2-6 เดือนแรกของการเริ่มกิจการ ทั้งในส่วนของคนในจังหวัดหรือพื้นที่เอง หรือลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่า อินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นมากขึ้น และควรมีการเปิดให้รับจองทางอินเทอร์เน็ต

5 ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา

1)บริการสปา

จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย พบว่า บริการสปาในเขตอันดามันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้บริการหลักที่สถานประกอบการสปาทุกแห่งให้บริการแก่ลูกค้า นั้น ประกอบด้วย การนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) และการนวดไทย (Thai Massage) การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) การบำบัดด้วยน้ำและความร้อน (Hydro and Thermal Therapy)

ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ก็มีเข้ามาเสริมบ้าง เช่น การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage) การขัดผิวด้วยสมุนไพร การขัดผิวด้วยการห่อ (Body Scrub, Body Wrap /Mask) การทำทรีทเมนท์หน้า (Facial Treatment)การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, Shoulder and Head Massage) การนวดเท้า (Foot Reflexology)

การทำเล็บมือเล็บเท้า (Manicure/Pedicure) ส่วนใหญ่จะให้บริการในสถานประกอบการสาขาขนาดเล็ก ส่วนรีสอร์ทสปาที่มีร้านเสริมสวยอยู่ด้วยจะไม่ให้บริการประเภทนี้

ทางด้านบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Food and Beverage) ทุกสถานประกอบการสปาจะใช้น้ำสมุนไพรในการเสิร์ฟลูกค้า เริ่มตั้งแต่การต้อนรับโดยเสิร์ฟน้ำสมุนไพรเย็น และเมื่อเสร็จสิ้นการบริการจะเสิร์ฟน้ำสมุนไพรร้อน ในขณะที่ลูกค้านั่งพักผ่อนหลังการทำทรีทเมนต์

ในส่วนที่เป็นอาหารสุขภาพนั้น มักให้บริการในสถานประกอบการสปาที่เป็นเคย์สปาขนาดใหญ่ แต่จะต้องมีการสั่งจองล่วงหน้า เพื่อรวมกับแพคเกจทรีทเมนต์อื่น ๆ โดยอาหารที่จัดให้ นั้นเป็นอาหารที่ดูแลสุขภาพ รวมทั้งบางสปาให้การ จัดอาหารตามธาตุเจ้าเรือน และกรู๊ปเลือดให้กับลูกค้า และเน้นว่าเครื่องปรุงและวัตถุดิบที่ใช้เป็นของที่มาจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน ส่วนการบริการด้านอาหารสุขภาพในรีสอร์ทสปานั้น บางแห่งมักเอาไปรวมกับแพคเกจที่มีราคาสูงสุด และเป็นแพคเกจที่ใช้เวลานาน (Full Day Package) ซึ่งชื่อของแพคเกจนั้นจะตั้งชื่อไปตามที่ทางสปาแต่ละแห่งกำหนด ทั้งนี้ทางผู้จัดการสปาจะติดต่อประสานงานผ่านทางห้องอาหารของโรงแรมเอง

2) การกำหนดอัตราค่าบริการ

จากการศึกษา พบว่า อัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาราคาต่ำสุดจะอยู่ที่ ราคา 200 บาทต่อ 30 นาที และราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 15,300 บาท ซึ่งจัดทำเป็นแพคเกจ ใช้เวลา ประมาณ 4 ชั่วโมง 30 นาที

สำหรับปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดอัตราค่าบริการของสถานบริการสปานั้น ระหว่างเคย์สปา และรีสอร์ทสปามีปัจจัยแตกต่างกันดังนี้ คือ

1. ปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดราคาของเคย์สปา ประกอบด้วย ต้นทุนผลิตภัณฑ์ วัสดุต่าง ๆ ต้นทุนด้านสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าจ้างพนักงาน ค่าชั่วโมงของพนักงาน และบางส่วนค่าคอมมิชชั่นของบริษัทนำเที่ยว นั้น แต่บางครั้งทางสถานประกอบการสปาเป็นผู้กำหนดราคาที่ยอมรับได้ แล้วบริษัทนำเที่ยวไปเพิ่มจำนวนราคาเองเมื่อนำเสนอให้กับลูกค้า

2. ปัจจัยที่เข้ามามีส่วนกำหนดราคาของรีสอร์ทสปา ประกอบด้วย ต้นทุนทั่วไปทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์ สาธารณูปโภค ค่าจ้างพนักงาน ระดับของโรงแรม ระดับของลูกค้า ชื่อเสียงของสปา ความสอดคล้องราคาห้องของโรงแรมนั้น เช่น ถ้าราคาห้องสูงมากแต่ราคาต่ำเกินไป จะดูเป็นสปาที่คุณภาพต่ำ แต่ถ้าค่าห้องพักไม่สูง แต่ราคาของสปาสูง จะถูกมองว่าราคาแพง เป็นต้น

3) การจัดการด้านสถานที่บริการสปา

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักมองว่า ทำเลที่ตั้งเป็นธรรมชาติ การคมนาคมสะดวก

สรุปโดยภาพรวมสถานประกอบการสปา ออกแบบสถานที่ที่เป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนของการต้อนรับ เป็นจุดที่ลูกค้าเข้ามาก่อน และนำเสนอบริการสปาให้กับลูกค้า
2. ส่วนของการทำทรีทเมนต์
3. ส่วนของจุดพักผ่อนลูกค้าหลังการรับบริการ

นอกเหนือจาก 3 ส่วนนี้ ก็คือ การสร้างความแตกต่างด้านการตกแต่งที่เป็นรายละเอียดเล็กน้อยแต่เป็นเสน่ห์ของสถานประกอบการสปา เช่น การจัดดอกไม้ที่ใช้ดอกไม้ในท้องถิ่น การใช้วัสดุธรรมชาติ การสร้างแนวคิดในการตกแต่งรายละเอียด เช่น การสร้างสไตล์ที่เป็นบ้านเรือนไทย การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ให้เหมือนกับร้านกาแฟในจังหวัดภูเก็ตในอดีต เป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด

ในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาอันดามันนั้น จะมีรูปแบบที่เป็นทางการ และไม่ใช่วางการผสมกัน โดยการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาที่มีอยู่เป็นดังนี้

1. การติดต่อผ่านคนกลางในลักษณะของการให้ค่าตอบแทน ซึ่งส่วนใหญ่คนกลางในลักษณะนี้มักเป็นบริษัทนำเที่ยว มีคุณเทศก์ รวมทั้งรถแท็กซี่ ซึ่งค่าตอบแทนจะเป็นที่ตกลงกัน ส่วนใหญ่จะเป็นราคามาตรฐานที่กลุ่มผู้ประกอบการจะทราบอย่างไม่เป็นทางการ
2. การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้มีลักษณะการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าดังนี้
 - การสื่อสารในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ มักเป็นการมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทย
 - การสื่อสารโดยการซื้อโฆษณา และการผลิตสื่อโฆษณา โดยนิยมทำใบปลิว แผ่นพับ และเว็บไซต์ รวมทั้งการจัดวางผลิตภัณฑ์สปาในห้องล๊อบบี้ของโรงแรม
 - ปัจจุบันนี้เว็บไซต์มีส่วนสำคัญในการทำโฆษณาด้วยกัน และสปาทุกแห่งจะมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ในส่วนของรีสอร์ทสปา ข้อมูลของสปาจะเป็นส่วนหนึ่งเว็บไซต์ของรีสอร์ท
 - การบอกเล่าแบบปากต่อปากของลูกค้าเป็นจุดสำคัญให้มีผู้ใช้บริการสปามากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน
 - การส่งเสริมการขาย โดยการลด หรือใช้เทคนิคการขายอื่น ๆ เช่น การจัดทำแพคเกจของสปา โดยคิดเป็นราคาพิเศษ การรวมค่าบริการสปาในค่าห้องพักเรียบร้อยแล้ว โดยมีการระบุประเภทของสปาที่ให้บริการ แต่ถ้าลูกค้าต้องการนอกเหนือจากนี้จะต้องมีการจ่ายเพิ่มเติมบ้าง การนำเสนอให้ใช้บริการสปาในแพคเกจทัวร์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวโซนเอเชีย และได้รับความนิยมมากขึ้น

6. การบริหารจัดการธุรกิจสปา

การจัดโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างการจัดองค์กรของเดย์สปาขนาดเล็ก / รีสอร์ทสปา ที่เป็นการเช่าพื้นที่ใน โรงแรม ประกอบด้วย

- ผู้ประกอบการสปา ในธุรกิจเดย์สปาขนาดเล็กมักจะเป็นผู้จัดการสปาด้วย
- พนักงานต้อนรับ
- พนักงานสุขภาพบำบัด

การทำงานในโครงสร้างการจัดองค์กรของเดย์สปาขนาดเล็กนั้น ทุกตำแหน่งจะไม่มีหน้าที่ตายตัว ทุกคนในองค์กรจะต้องช่วยกันทำงาน และสร้างบริการที่ดีให้กับลูกค้ามากที่สุด

โครงสร้างการจัดองค์กรของเดย์สปาขนาดใหญ่ ประกอบด้วย

- ฝ่ายบุคคล
- ฝ่ายการตลาด
- ฝ่ายแม่บ้าน คนสวน
- ฝ่ายยานพาหนะ
- ฝ่ายจัดซื้อ
- ฝ่ายต้อนรับ
- ฝ่ายนักสุขภาพบำบัด

ในการทำงานในเดย์สปาขนาดใหญ่ ผู้วิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสาร และการประสานงานร่วมกันของฝ่ายต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด มีเทคนิคหลายอย่างที่พนักงานต้องเรียนรู้ร่วมกัน เช่น ต้องรู้จักสถานที่ทั้งหมดขององค์กร เนื่องจากสปาบางแห่งมีขนาดใหญ่มาก การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพในงานบริการเป็นทักษะที่ผู้จัดการสปาจะต้องรับผิดชอบสูงมาก และจากที่สปาที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ สปาประเภทนี้จึงต้องการเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน ทั้งในส่วนของการเก็บข้อมูล และการติดต่อสื่อสารระหว่างฝ่ายต่าง ๆ มากขึ้น

โครงสร้างการจัดองค์กรของรีสอร์ทสปา ประกอบด้วย

- ผู้จัดการสปา
- พนักงานต้อนรับ
- พนักงานสุขภาพบำบัด

ในกรณีที่เป็นโรงแรมเปิดใหม่ การมีพนักงานมากเกินไปอาจจะสิ้นเปลือง ดังนั้นโรงแรมที่เปิดใหม่ ลูกค้ายังไม่มาก มักจะไม่ใช้พนักงานต้อนรับ หน้าที่ในการต้อนรับลูกค้าจะเป็นของผู้จัดการสปา และนักสุขภาพบำบัด

การจัดการทรัพยากรบุคคล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล ในประเด็นดังต่อไปนี้

1) การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร จากการศึกษาพบว่า การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรของธุรกิจสปาในอันดามันมีหลากหลายแบบ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- ธุรกิจเดย์สปา มักรับสมัครบุคลากรโดยใช้ป้ายประกาศ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ทั้งนี้ในวงการสปา พนักงานจะมีการหมุนเวียนสูง และพนักงานหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบ การสปาที่รับสมัครได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บางสปาอาจจะติดต่อผ่านทางสำนักจัดหางานของจังหวัดนั้น ๆ
- รีสอร์ทสปา เป็นหน้าที่ของฝ่ายบุคคลของโรงแรมในการรับสมัครพนักงาน ทั้งนี้ส่วนใหญ่ มักรับสมัครในหน้าสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ เมื่อมีผู้สมัครเข้ามาทางฝ่ายบุคคล จะเป็นผู้สัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น และจะส่งพนักงานคนนั้นมาให้ผู้จัดการสปาสัมภาษณ์ ในด้านทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานด้านการบริการสปา และผู้จัดการสปาจะเป็นผู้ตัดสินใจรับพนักงาน
- สปาบางแห่งใช้วิธีการในการไปจัดหาคนทำงาน จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ เนื่องจากมองว่าบุคลากรที่มาจากภาคเหล่านี้มีความนุ่มนวล และสามารถฝึกให้ทำงานบริการได้ดี

2) การคิดค่าตอบแทน เงินเดือนสำหรับบุคลากร

- เดย์สปา มีระบบการให้เงินเดือน โดยที่มีเงินเดือนเริ่มต้นของพนักงานอยู่ที่ระดับ 5,000 - 6,000 บาท นอกเหนือจากนี้พนักงานจะได้ค่าชั่วโมงในการทำงาน ชั่วโมงละ 50-80 บาท ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร ส่วนค่าสมนาคุณจากลูกค้านั้นให้เป็นรายหัว เนื่องจากมองว่าถ้าใครบริการได้ดีคนนั้นย่อมได้รับรางวัลที่ดี นอกจากนี้ยังมีสวัสดิการส่วนใหญ่ คือ ชุดยูนิฟอร์ม ที่พัก รวมทั้งอาหาร 2 มื้อในสปาบางแห่งด้วย ทั้งนี้สปาบางแห่งให้เงินเดือนตามระดับความสามารถของพนักงานด้วย
- รีสอร์ทสปา มีระบบการตั้งเงินเดือน โดยที่มีเงินเดือนเริ่มต้น 5,000 -6,000 บาท และมีค่าเซอร์วิสของทางโรงแรมด้วย ทิปที่ได้รับรายคน สวัสดิการที่ได้ คือ ชุดยูนิฟอร์ม ที่พัก และอาหาร

3) การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมักต้องการพัฒนาด้านทักษะการสื่อสารของพนักงาน และพัฒนาด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของสปาต่าง ๆ ที่ใช้ รวมทั้งผลกระทบที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

7 การจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา

1) การจัดการด้านรูป ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของการออกแบบสถานที่เป็น 3 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 เป็นสถานประกอบการสปาที่เป็นการให้บริการสปาภายในอาคาร (Indoor Spa)

ประเภทที่ 2 สถานประกอบการสปาที่เป็นแบบการให้บริการในที่โล่งแจ้ง (Outdoor Spa)

ประเภทที่ 3 สถานประกอบการสปาที่เป็นทั้งการให้บริการในที่โล่ง และการให้บริการในอาคาร

2) การจัดการด้านรส ปัจจุบัน ในส่วนของการจัดการด้านอาหารของสถานประกอบการสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นเพียงการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ให้บริการมีเพียงที่ Sukkho @ Thai Cultural Spa ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตเท่านั้นที่มีการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเน้นการออกแบบเมนูอาหารให้เหมาะสมกับธาตุเจ้าเรือนของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมดในการปรุงอาหาร โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแบบไทย ๆ เข้าไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการด้วย

3) การจัดการด้านกลิ่น ในการจัดการด้านกลิ่นของสถานประกอบการในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่นั้น ค่อนข้างมีหลากหลาย ทั้งนี้โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- สปาบางแห่งที่มีเงินทุนสูงก็จะใช้กลิ่นที่เป็นธรรมชาติจริง ๆ โดยชูเป็นจุดเด่นของสปาแห่งนั้นเลยว่า น้ำมันหอมระเหย อโรมาที่ใช้ในสปาแห่งนั้นเป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งผลิตที่ไร้สารเคมีหรือไม่ผ่านกระบวนการทางเคมีในการผลิต (Organic Farm) ไม่มีผลเสียต่อร่างกาย

- ที่มาของน้ำมันหอมระเหย มีทั้งผลิตในประเทศไทย และสั่งนำเข้าจากต่าง ประเทศ สปาบางแห่งคิดสูตรขึ้นมาเอง แล้วจ้างบริษัทในประเทศไทยผลิตให้ สปาบางแห่งนำเข้าจากต่างประเทศ

- สปาบางแห่งจะไม่ใช้น้ำมันหอมระเหยที่เป็น Burners เนื่องจากมีการค้นพบว่า การใช้ Burners ในระยะเวลาที่นาน จะก่อให้เกิดควัน และมีผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว ผลกระทบนี้ส่วนใหญ่มักเกิดกับผู้ให้บริการสปา ดังนั้นจึงหันมาใช้บุนหาร่าไป ซึ่งมีความปลอดภัยสูงกว่า

- สถานประกอบการสปาที่มีสูตรน้ำมันหอมระเหยเป็นของตัวเองมีความพยายามที่จะสร้างแบรนด์แบบไทย ๆ โดยมีการตั้งชื่อน้ำมันหอมระเหยให้เป็นชื่อแบบไทย ๆ เช่น กลิ่นชอบคุณ กลิ่นใจดี กลิ่นความสงบ ทั้งนี้มีการอธิบายความหมายของคำ พร้อมทั้งส่วนผสมและสรรพคุณของกลิ่นนั้นๆที่จะมีผลต่อร่างกายและจิตใจของผู้ใช้บริการ

- ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะนำน้ำมันหอมระเหยที่เป็นสูตรของตัวเองมาขายในร้านขายของที่ระลึกให้กับผู้ให้บริการ

4) การจัดการด้านเสียง ในการจัดการด้านเสียงของสถานประกอบการสปาในสามเหลี่ยมอันดามันนั้นมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ประเภทที่ 1 สถานประกอบการสปาที่มีขนาดใหญ่ และมีการให้บริการแบบองค์รวมจะจ้างนักดนตรีหรือออกแบบเสียงดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสปาแห่งนั้นเอง

ประเภทที่ 2 สถานประกอบการสปาบางแห่งยังไม่มีการเรียบเรียงเสียงดนตรีเป็นของ สปาแห่งนั้นเอง

แต่ดนตรีที่เข้ามาจากการศึกษาค้นคว้าของผู้ดำเนินการสปา และนำมาใช้ในการสถานประกอบการสปา
แห่งนั้น

5) การจัดการด้านการสัมผัส การจัดการด้านสัมผัสของสถานประกอบการสปาในเขตสวน
ใหญ่เป็นการนวดที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Service) เป็นบริการที่ช่วยเสริม
ความงาม (Beauty Oriented Service) โดยที่ผู้ดำเนินการสปาจะเป็นผู้ฝึกหัดด้านการนวดให้กับนัก
สุขภาพบำบัด

ปัจจุบันนี้มีสถานประกอบการสปาบางแห่งร่วมมือกับโรงพยาบาลแล้วเปิดให้บริการในรูปแบบ
Medical Spa ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่สามารถให้การรักษา ได้โดยในขณะนี้ ภูเก็ต เฮลท์ สปา
ได้ร่วมมือกับโรงพยาบาลป่าตองเปิดให้บริการแบบบำบัดรักษา โดยเน้นการนวดกดจุด และการฝังเข็ม
โดยเปิดให้บริการที่โรงพยาบาลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต และใช้ชื่อว่า Patong Medical Spa
ทั้งนี้เพราะทางโรงพยาบาลต้องการเน้นกลุ่มลูกค้า หรือผู้ใช้บริการที่เป็น Health Tour และเริ่มให้เปิด
บริการตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการที่จะมี สปาประเภท Medical
Spa ในแถบอันดามัน

6) การจัดการด้านการให้บริการสปา จากการศึกษาพบว่า การจัดการด้านบริการสปาของสปา
อันดามันโดยภาพรวมแล้วมีขั้นตอนเหมือนกันทุกแห่งและแต่ละที่ก็นำขั้นตอนเหล่านี้มาใส่รายละเอียด
เล็กน้อยมากขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการในการให้บริการสปาเป็น 3 ช่วง ประกอบด้วย ช่วงที่ 1
เป็นช่วงก่อนเข้ารับการทำทรีทเมนต์ ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าเดินเข้ามาในสถานบริการสปา ช่วงที่ 2 ช่วง
การทำทรีทเมนต์ ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าเดินเข้าห้องรับการทรีทเมนต์ และช่วงที่ 3 ช่วงหลังการทำทรีท
เมนต์ ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้ารับบริการสปาเสร็จแล้ว และมายังจุดที่พักผ่อน

8. รูปแบบการบริหารจัดการของธุรกิจสปาในเขตอันดามันที่เหมาะสม

จากการศึกษาวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามัน ผู้วิจัยพบว่า สถาน
ประกอบการสปาในเขตพื้นที่นี้มีความหลากหลายมาก ดังข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้แต่ละที่มี
รูปแบบเฉพาะในการบริการจัดการ ซึ่งสปาหลาย ๆ แห่งมีระบบการบริหารจัดการที่ดีมาก และเป็น
ระบบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอสรุปรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามันที่ควรจะเป็นมีดังนี้ คือ

ประเด็นที่ 1 ด้านการจัดการทางการตลาด

- การสร้างจุดเด่นในการบริการ และรูปแบบใหม่ ๆ ในการให้บริการสปาเป็นหนทางที่ดีในการ
เพิ่มราคาบริการสปา และสร้างภาพลักษณ์ว่าสปาแห่งนั้นมีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะ
นำไปสู่การมีเอกลักษณ์ของตัวเอง และสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้า หรือบริการได้

- การหาผู้เชี่ยวชาญ หรือร่วมมือกับหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น ร่วมมือกับโรงพยาบาล
จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะยกระดับสปาที่เป็นการเพียงการให้บริการเพื่อการผ่อนคลาย ไปเป็นการบริการ
เพื่อการรักษา เท่ากับเป็นการยกระดับฝีมือของพนักงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องตามไปด้วย

- การรู้จักพฤติกรรมการใช้บริการสปาของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ถือเป็นกำไรสูงสุดของการทำธุรกิจสปา เป็นการไขกุญแจสู่การบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ดี เพราะฉะนั้นพนักงานสปาทุกคนจะต้องมีการเรียนรู้วัฒนธรรมข้ามชาติด้วย

- การพัฒนาคุณภาพโดยการยึดรูปแบบการทำงานบริการของสปาที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น ซีวาครม บันยันทรีสปาว่า สปาเหล่านี้มีระบบบริหารจัดการอย่างไร และตั้งเป็นแบบอย่างในการพัฒนาองค์กร จะเป็นแนวทางที่ดีในการพัฒนาสปาไทย รวมทั้งสปาอันดามัน

- เว็บไซต์มีความสำคัญมากขึ้น และเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการใช้บริการสปาของลูกค้า ดังนั้นสปาทุกแห่งควรใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งลูกค้าสามารถจองสปาทางเว็บไซต์ได้ด้วย

- สปาในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ควรมีลักษณะเฉพาะแต่ละพื้นที่ กลุ่มลูกค้าก็มีความต่างกัน ควรมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการสปาที่ต่างกันไปด้วย และควรทำการตลาดที่ทำให้มีลูกค้าทุกฤดูกาล

ประเด็นที่ 2 การจัดการด้านการบริหารจัดการองค์กร

- ผู้จัดการสปาในปัจจุบันจะต้องมีความรู้ในทุก ๆ เรื่อง เช่น การนวด น้ำมันหอมระเหย การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการบริการสปา ความรู้ทางการบริหารบุคลากร รวมทั้งความรู้ทางการตลาดด้วย

- สิ่งที่จะผูกมัดพนักงานให้ทำงานกับองค์กรนั้นนาน ๆ จะต้องใช้วิธีการสร้างความรักในงานที่ทำ และรักหน่วยงานที่ทำ โดยสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี มีสวัสดิการเพียงพอ และให้โอกาสในการเติบโตของพนักงาน

- ผู้ประกอบการสปาจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด โดยคิดว่าการหมุนเวียนของนักสุขภาพบำบัดเป็นเรื่องปกติ และเป็นการพัฒนาประสบการณ์ในการทำงานของนักสุขภาพบำบัดคนนั้นด้วย ทั้งนี้ควรให้ความรู้ที่มีมาอยู่ในระบบมากกว่าอยู่ที่ตัวคนใดคนหนึ่ง เมื่อบุคคลที่มีฝีมือลาออกจะได้ไม่เป็นปัญหาเรื่องการขาดนักสุขภาพบำบัดที่มีฝีมือ

- ทักษะคติของพนักงานมีส่วนสำคัญในการพัฒนาคุณภาพงานบริการในธุรกิจสปา

- ผู้ประกอบการจะต้องมีความจริงใจต่อกัน ไม่มีการแย่งตัวนักสุขภาพบำบัด โดยมีการประสานงานเป็นเครือข่าย สามารถแลกเปลี่ยนนักสุขภาพบำบัดได้ หรือสามารถยืมตัวนักสุขภาพบำบัดไปใช้งานได้ ในกรณีที่มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ

ประเด็นที่ 3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

- สปาแต่ละจังหวัดเริ่มหันมาใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการวิจัยสมุนไพรไทยให้มากขึ้น ในขณะที่สปาเองต้องพยายามค้นหาข้อมูลด้านสมุนไพรให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการชี้วัดถึงคุณภาพสมุนไพรแต่ละชนิดให้เป็นที่น่าเชื่อถือ

- ในการออกแบบสถานที่นั้นในทั้ง 3 จังหวัดไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นการเลียนแบบมาหัดี อย่างไรก็ตามยังสามารถชูจุดเด่นด้านธรรมชาติได้
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา ควรเป็นวัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เพราะสามารถนำมาใช้เป็นจุดเด่นในการบริการได้

รหัสโครงการ : RDG48O0043

ชื่อโครงการ : การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ชื่อนักวิจัย : ปวารณา อัจฉริยบุตร, จิราพร ประสารการ, ชนิษฐา ธนาวิรัตน์านิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

E-mail Address : pavarana@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กันยายน 2548 – 31 สิงหาคม 2549

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่มีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูลการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามัน และหาแนวทางรูปแบบแนวทางการบริหารธุรกิจสปาที่เหมาะสมทั้งในเชิงของพื้นที่ และสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยทำการศึกษาในช่วงเวลา ตั้งแต่ 1 กันยายน 2548 ถึง 31 สิงหาคม 2549

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ทั้งนี้โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา ส่วนที่ 3 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มย่อย ผลการศึกษามีดังนี้

ผู้ประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่มักเป็นเพศหญิง ลักษณะการลงทุนธุรกิจสปาของผู้ประกอบการมีทั้งรูปแบบการลงทุนในธุรกิจสปาที่เป็นลักษณะเดย์สปา การลงทุนธุรกิจสปาที่เป็นรีสอร์ทสปา (Resort Spa) และการลงทุนธุรกิจสปาโดยร่วมมือกับโรงพยาบาลโดยทำเป็นเมดิคอลสปา (Medical Spa) และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะตั้งระยะเวลาในการคุ้มทุนอย่างน้อย 5 ปี

จุดแข็งของสปาอันดามันที่สำคัญคือ การมีธรรมชาติที่สวยงาม การออกแบบสถานที่ของผู้ประกอบการ ที่สามารถผนวกเอาธรรมชาติโดยรอบมาใช้ในการออกแบบ และการบริการที่ดีเยี่ยม ส่วนจุดอ่อนของสปาอันดามัน คือ ปัญหาด้านความไม่สะดวกในการเดินทาง ปัญหาด้านการแย่งชิงพนักงานให้บริการ และปัญหาด้านการไม่ยอมรับการใช้สมุนไพรไทย

กลุ่มลูกค้าสปาจังหวัดภูเก็ต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จังหวัดพังงา เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย และเยอรมัน จังหวัดกระบี่ เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย นอร์เวย์ เยอรมัน

ในส่วนของการจัดการด้านการตลาด พบว่า บริการสปาในเขตอันดามันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีอัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาราคาต่ำสุดจะอยู่ที่ ราคา 200 บาทต่อ

30 นาที และราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 15,300 บาท ซึ่งจัดทำเป็นแพคเกจ ใช้เวลา ประมาณ 4 ชั่วโมง 30 นาที

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักมองว่า ทำเลที่ตั้งเป็นธรรมชาติ การคมนาคมสะดวก

ในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาอันดามันนั้นประกอบด้วย การติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ รวมทั้งรถแท็กซี่ การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และใช้เทคนิคการขาย เช่น การ รวมค่าบริการสปาในค่าห้องพัก และในแพคเกจทัวร์ เป็นต้น

การศึกษาด้านบริหารจัดการองค์กร พบว่า โครงสร้างองค์กรสปาจะมีความแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ โดยมีตำแหน่งงานที่สำคัญ คือ ผู้จัดการสปา นักสุขภาพบำบัด และพนักงานต้อนรับ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ในการพัฒนาบุคลากรมักจะใช้วิธีการฝึกในหน่วยงานกันเองโดยเรียนรู้จากหัวหน้างาน

จากผลการวิจัยด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ ระบุว่า การจัดการด้านสถานที่มี 3 รูปแบบ คือ สปาในที่โล่ง และสปาในอาคาร หรืออาจจะเป็นทั้งสปาในที่โล่งและในอาคารผสมกัน ในส่วนของการจัดการด้านรส ส่วนใหญ่สปาเน้นการเสริมน้ำสมุนไพร และบางแห่งเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ และส่วนใหญ่สปาจะเน้นจุดเด่นในการใช้น้ำมันหอมระเหยที่มาจากธรรมชาติ การใช้เสียงในสปามักใช้เสียงดนตรี ควบคู่กับเสียงธรรมชาติ และเน้นการนวดเพื่อผ่อนคลาย มากกว่าการนวดเพื่อรักษา ขึ้นตอนในการให้บริการสปาส่วนใหญ่เน้นกิจกรรมยาทาบริการแบบไทย ๆ และมีความจริงใจต่อลูกค้า

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามันนั้นมองว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการสปาใหม่ ๆ สามารถยกระดับสปาได้ รวมทั้งการร่วมงานกับโรงพยาบาลจะสามารถยกระดับของสปา นำไปสู่การบำบัดเพื่อการรักษาได้

สปาในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ควรมีลักษณะเฉพาะแต่ละพื้นที่ กลุ่มลูกค้าก็มีความต่างกัน ควรมีการพัฒนาในรูปแบบบริการสปาที่ต่างกันไปด้วย และควรทำการตลาดให้มีลูกค้าทุกฤดูกาล

ผู้ประกอบการสปาจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด โดยคิดว่าการหมุนเวียนของนักสุขภาพบำบัดเป็นเรื่องปกติ และเป็นการพัฒนาประสบการณ์ในการทำงานของนักสุขภาพบำบัดคนนั้นด้วย

สปาแต่ละจังหวัดเริ่มหันมาใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น จึงควรมีการศึกษาเรื่องการวิจัยสมุนไพรไทยให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับสมุนไพรไทยให้ทัดเทียมสากล

คำหลัก : การบริหารจัดการ, สปา, ธุรกิจสปา, อันดามัน

Project Code : RDG48O0043
Project Title : The Study of Spa Business Management in Phuket, Phang-Nga, and Krabi
Investigators : Atchayabud P., Prasarnkarn J., Tanawirattananit K.
Phuket Rajabhat University
E-mail Address : pavarana@gmai.com
Project Duration : 1 September 2005 – 31 August 2006

Abstract

This research was aimed to study about spa business management in Phuket, Phang-Nga, and Krabi and analyzed the appropriate methods for Andaman spa business management. The document information, in-dept interviews and focus group discussion with spa entrepreneurs or spa managers were used for collecting research data. The collected data were subsequently verified, classified, analyzed, and descriptive presented. The research results were these followings:

Most of spa managers in Andaman area are females. They invested spa business as day spa, resort spa and medical spa which cooperated to hospital. The break-even of Andaman spa was targeted for 5 years at least.

Spa managers' opinions revealed the prestigious points of Andaman spa were the diversity and fertility of natural resources, the natural harmonized design and decoration of spa area and the impressive spa service.

However, Andaman spa still confronted with various problems, such as the inconvenient transportation, the lack of therapists and the unqualified of Thai herbs which no supported researches.

The customers of Andaman spa were varied to the tourists in each province: most of Asian tourists were in Phuket and Krabi, German and Scandinavian tourists were in Phang – Nga and Krabi.

Moreover, Andaman spa services provided more various treatments for the customers to select. The lowest price was 200 baht charged for 30 minutes and the highest price was 15,300 bath charged for 4 hours 30 minutes which was presented in package.

The two most important criteria of area selection for spa investment were natural surrounding and the convenient transportation.

Actually, Andaman spa promotion consisted of tour agencies and tourist guides cooperation, advertising and public relations and selling spa package together with the room rates or tour packages.

Spa organization structures were differentiated to the business size. The spa manger, therapists and receptionists were judged as the important positions in spa management. Most of staffs in Andaman spa learned the spa service skills from the masters or spa trainers.

The research classified the products management for 6 issues. The first was area management; the research revealed that there were 3 styles of spa design; the indoor spa, the outdoor spa and both indoor and outdoor spa. The second was taste management; most of spa provide various herbal juices and some spa presented health cuisine for customers. The third issue was aroma therapy management; some spa used essential oils which were synthesized from the organic farm. The fourth issue was music therapy management; most of Andaman spa used music together with the music from nature, such as the rhythm of waves and the falling rain. The fifth issue was massage therapy management; Andaman spa emphasized only massage for relax. The last one was spa service process, spa trained staffs to present traditional Thai culture for the customers.

The Andaman spa management should be these follows; 1) Spa managers have to create new spa service in order to upgrade spa. 2) The cooperation with community hospital can lead spa to be medical service in the future. 3) Spa in Phuket , Pang-Nga and Krabi have to find out the typical points of each area which should be different. The marketing management in each province is also different too. 4) The spa owners should view that the high turnover rate of the therapists is the chance for them to gain more experiences. 5) Andaman spa should seek research information about Thai herbs in order to adapt them for spa products.

Keyword: Management, Spa, Spa Business, Andaman

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 คำถามหลักการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับสปา	9
2.1.1 การจัดการด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสปา	9
2.1.2 องค์ความรู้เกี่ยวกับสปา	9
2.2 แนวคิดการจัดการตลาดธุรกิจสปา	14
2.2.1 ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทย	14
2.2.2 ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามัน	15
2.2.3 สภาพการแข่งขันในตลาดของธุรกิจสปา	20
2.2.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	23
2.2.5 การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Spa Supply Chain Management)	26
2.2.6 ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา	28
2.3 แนวคิดการบริหารธุรกิจสปา	40
2.3.1 การจัดการองค์กร	40
2.3.2 การจัดการด้านบุคลากรในธุรกิจสปา	55
2.4 แนวคิดด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา	60
2.4.1 แนวคิดด้านการจัดการด้านรูป	64
2.4.2 แนวคิดด้านการจัดการด้านรส	68
2.4.3 แนวคิดด้านการจัดการด้านกลิ่น	77
2.4.4 แนวคิดด้านการจัดการด้านเสียง	81
2.4.5 แนวคิดด้านการจัดการด้านสัมผัส	82
2.4.6 ขั้นตอนในการให้บริการสปา	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการศึกษาวิจัย	93
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	93
3.2 แหล่งข้อมูลในการทำวิจัย	93
3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	94
3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล	98
3.5 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย	101
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	103
บทที่ 4 ผลการศึกษา	104
4.1 ข้อมูลพื้นฐานของการบริหารจัดการธุรกิจสปา	105
4.2 ข้อมูลด้านการบริหารจัดการสปาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	108
ประเด็นที่ 1 การจัดการทางด้านการตลาดธุรกิจสปาที่ดำเนินการอยู่	108
ประเด็นที่ 2 การจัดการโครงสร้างองค์กรและการพัฒนาบุคลากร	113
ประเด็นที่ 3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์	115
4.3 ข้อมูลการบริหารจัดการธุรกิจสปาจากการสนทนากลุ่มย่อย	116
4.3.1 ข้อมูลทั่วไป	117
4.3.2 การจัดการด้านการตลาด	121
4.3.3 การจัดการองค์กรในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน	127
4.3.4 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์	129
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	132
5.1 สรุปผลการศึกษา	132
5.1.1 รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดธุรกิจสปาในเขต 3 จังหวัดอันดามัน	133
5.1.2 การจัดการองค์กรในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน	136
5.1.3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน	138
5.2 อภิปรายผล	140
5.2.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ และสถานบริการสปาในเขตอันดามัน	141
5.2.2 การวางแผนธุรกิจสปา	145
5.2.3 ภาพรวมการตลาดธุรกิจสปา	154
5.2.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	156

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2.5 การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Supply Chain)	159
5.2.6 ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา	162
5.2.7 การบริหารจัดการธุรกิจสปา	167
5.2.8 การจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา	174
5.2.9 รูปแบบการบริหารจัดการของธุรกิจสปาในเขตอันดามันที่เหมาะสม	184
5.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	187
5.3.1 ปัญหาในการทำธุรกิจสปาอันดามัน	187
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำธุรกิจสปาอันดามัน	187
5.3.3 อุปสรรคในการทำวิจัย	191
บรรณานุกรม	193

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มตามธาตุเจ้าเรือน	70 - 71
ตารางที่ 4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม	118
ตารางที่ 4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเตียงของสถานบริการ	119
ตารางที่ 4.3	ข้อมูลเกี่ยวกับวุฒิการศึกษา และประสบการณ์การทำงานของผู้ดูแล สถานบริการสปา	119
ตารางที่ 4.4	ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเตียงของสถานบริการประเภทต่างๆ	120
ตารางที่ 4.5	ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเตียงที่ให้บริการของสปาแยกตามจังหวัดที่ตั้ง	121
ตารางที่ 4.6	ข้อมูลเกี่ยวกับราคาของการให้บริการจำแนกตามประเภทของสถาน บริการ และจังหวัด	126
ตารางที่ 4.7	ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรของสถานบริการสปาจำแนกตาม ประเภทและจังหวัด	128
ตารางที่ 5.1	การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการตลาดที่ดำเนินการในปัจจุบัน ของสปาอันดามัน	180-181
ตารางที่ 5.2	การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการองค์การที่ดำเนินการใน ปัจจุบันของสปาอันดามัน	181-182
ตารางที่ 5.3	การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ที่ ดำเนินการในปัจจุบันของสปาอันดามัน	183-184

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงแผนภูมิหลัก แบบพีรามิด	41
ภาพที่ 2.2 แสดงแผนภูมิหลักแบบแนวนอน	41
ภาพที่ 2.3 แสดงแผนภูมิหลัก แบบวงกลม	42
ภาพที่ 2.4 แสดงโครงสร้างการจัดองค์กรในธุรกิจสปาโดยทั่วไป	43
ภาพที่ 3.1 ผังกระบวนการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	101
ภาพที่ 5.1 แผนภูมิโครงสร้างองค์กรของเดย์สปาขนาดเล็ก	168
ภาพที่ 5.2 แผนภูมิโครงสร้างองค์กรของเดย์สปาขนาดใหญ่	169
ภาพที่ 5.3 แผนภูมิโครงสร้างองค์กรของรีสอร์ทสปา	171

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจที่อิงกระแสสุขภาพกำลังได้รับความนิยม ทั้งนี้ เนื่องจากมาตรฐานความเป็นอยู่ และรายได้ของชนชั้นกลางที่ยกระดับขึ้นตามการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ท่ามกลางวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่ทวีความเคร่งเครียดขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสภาพแวดล้อมเช่นนี้มักมีผลต่อสุขภาพ ทำให้ผู้คนต้องหันมาสนใจการฟื้นฟูสุขภาพและเพิ่มพลังให้ชีวิต จนกลายเป็นธุรกิจการบริการที่ได้รับความนิยมในขณะนี้

หลาย ๆ ประเทศได้หยิบยกกระแสทางการดูแลสุขภาพมาทำตลาดผนวกกับการท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการผ่อนคลาย ประเทศไทยเองก็เป็นโอกาสดีที่จะทำให้ธุรกิจสปาซึ่งได้ขยายตัวมาได้ระยะหนึ่ง ได้รับกระแสการตอบรับที่ดีจากตลาด และธุรกิจสปาในประเทศไทยยังคงมีช่องว่างที่จะเติบโตต่อไปได้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยรวมกว่า 3 แสนล้านบาท จะพบว่า มีสัดส่วนรายได้จากสปาเพียงประมาณร้อยละ 2-3 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่านั้น

ปัจจัยที่ยังคงเอื้อให้ธุรกิจสปาไทยได้รับความนิยม และขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องนั้น มีมากมาย เช่น

- ประเทศไทยมีแหล่งน้ำพุร้อนทางธรรมชาติ โดยภาครัฐเองได้เล็งเห็นถึงประโยชน์จากบ่อน้ำพุร้อนตามธรรมชาติทุกภูมิภาคและกำลังเร่งพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวสุขภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้เข้ามาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับน้ำพุร้อน ทั้งนี้โดยวางเป้าหมายในกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุ 40 ปี ขึ้นไป เข้ามาใช้บริการปีละ 2 แสนคน สร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 800 ล้านบาท
- ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมาประเทศไทยมากขึ้น ในช่วง 4- 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากกว่า 10 ล้านคน สร้างรายได้มากกว่า 340,000 ล้านบาท ซึ่งก็จะเป็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจสปาด้วย
- ผลิตภัณฑ์สำหรับใช้บริการสปาไทยมีคุณสมบัติเฉพาะ ผู้ประกอบการสปาไทยสามารถนำสมุนไพรที่มีอยู่ในประเทศกว่า 100 ชนิด มาทำวัตถุดิบแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สปาที่ให้สรรพคุณ และประโยชน์มากมาย รวมทั้งเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับสปาไทย และลดการนำเข้าได้อีกทางหนึ่ง

- บุคลากรผู้ให้บริการสปาไทยมีจิตใจด้านการบริการเป็นอย่างดี เต็มไปด้วยเสน่ห์แบบไทย มีความพร้อมที่จะให้บริการด้วยมารยาทที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่สุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยที่ผู้ให้บริการประทับใจมาตลอด
- ในประเทศไทยมีการจัดตั้งสถาบันการศึกษาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสปา เพื่อเป็นการรองรับการเติบโตของตลาด สปาไทย และพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ และเข้าใจในศาสตร์แห่งสปาอย่างแท้จริง
- นโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนธุรกิจสปาไทย เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเจาะตลาดเฉพาะ เช่น ตลาดทัวร์สุขภาพ ตลาดแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) หรือ กระทรวงสาธารณสุขสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาสมุนไพรไทย เป็นต้น

ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 10 ล้านคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2550 รัฐบาลตั้งเป้าเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพต้องให้ได้ 10 ล้านคน เมื่อถึงตอนนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มต้องหลั่งไหลเข้าไทยมากกว่าตัวเลขที่ประมาณการไว้ ซึ่งถือเป็นโอกาสทางธุรกิจสปาที่จะต้องขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ

จากศักยภาพและโอกาสที่ดีด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ รวมทั้งทิศทางการพัฒนาของประเทศ ที่กำหนดให้เป็นพื้นที่ในแถบนี้เป็นพื้นที่หลักของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายสู่การพัฒนาไปสู่เมื่องนานาชาติ และศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลฝั่งอันดามัน พร้อมทั้งยกระดับให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาสนเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และการพัฒนาของจังหวัด จะต้องสอดรับไปในทิศทางอันเดียวกัน

ดังนั้น พื้นที่แถบนี้โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต จึงกำหนดยุทธศาสตร์การสนับสนุนและส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ของการพัฒนาด้านสาธารณสุข อนามัย และคุณภาพชีวิต โดยมีมาตรการการดำเนินการ ดังนี้

- ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
- ส่งเสริมและสร้างทางเลือกแก่ประชาชนในการพัฒนาศักยภาพด้านการแพทย์แผนไทย
- พัฒนาโรงพยาบาลภาครัฐและเอกชนให้เป็นโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ และสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- ส่งเสริมให้มีการลงทุนด้านบริการสุขภาพ สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับมาตรฐานสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นงานวิจัยในระยะที่หนึ่งที่ผ่านมา พบว่า โดยภาพรวมทั้ง 3 จังหวัด ผู้ประกอบการสปามองว่า ธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่มีความเหมาะสมกับทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ เพราะถ้ามองจาก

ความหมายของสปา หมายถึง การบำบัดด้วยน้ำ และในแถบพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ในแถบทะเลอันดามัน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายที่แท้จริงของคำว่า "สปา" ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้แถบชายฝั่งอันดามันมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น สวยงาม หลากหลายและมีชื่อเสียง มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ มีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคง มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และบริการสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์

ส่วนผลการวิจัยจากมุมมองของผู้ใช้บริการสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21 -30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีถึงสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทและประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ของผู้ใช้บริการ สปาในแถบนี้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1 ล้าน – 5 ล้านบาทต่อปี ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรปและเอเชีย และใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ วัตถุประสงค์ของการเดินทางระบุว่า เพื่อการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่พัก 4-7 วัน

การศึกษาด้านการให้บริการสปาของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการสปาเป็นการใช้บริการครั้งแรก และใช้บริการสปาเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ประเภทของสปาที่นิยมใช้มักเป็นสปาภายในโรงแรมหรือที่พัก วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา คือ ปัจจัยด้านราคา ความสะอาดของสถานที่ และผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญสูงสุด บริการสปาที่ผู้บริกากรนิยมใช้ คือ การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aroma Massage) รองลงมาเป็นการนวดไทย (Thai Massage) ระยะเวลาที่ชอบใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเวลา 1 – 2 ชั่วโมง ต่อครั้ง ทั้งนี้โดยผู้ใช้บริการสปาจะระบุว่า ราคาที่เหมาะสมของบริการ สปาในเขตอันดามันควรอยู่ที่ 1,000 – 3,000 บาท ผู้ใช้บริการสปาทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการสปาจากสปาในโรงแรมที่ตนเอง และทราบจากบริษัทนำเที่ยว

จุดเด่นของสปาอันดามัน ประกอบด้วยสถานที่และสิ่งแวดล้อม ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ รวมทั้งความสะอาดของบุคลากรผู้ให้บริการ และมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความประทับใจในความสะอาดของสถานที่ วัสดุอุปกรณ์และบุคลากรที่ให้บริการ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และบรรยากาศที่เงียบสงบ ในด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการประทับใจในเรื่องของนักสุขภาพบำบัดมีความอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทไทย และมีอัธยาศัยไมตรีรวมทั้งการมีผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการบริการ ส่วนในด้านการบริการนั้น ผู้ใช้บริการประทับใจในด้านราคาที่เหมาะสมมากที่สุด ความหลากหลายของการบริการ และความสะอาดของผลิตภัณฑ์

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า พื้นที่ในแถบอันดามันยังคงมีความเหมาะสม และมีโอกาสทางการตลาดสูงจากการระดมความคิดของผู้ประกอบการมองว่า สปาอันดามันควรมีแพคเกจเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์

ของอันดามัน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ และสามารถทำให้มาตรฐานของการบริการสปาในพื้นที่นี้เป็นมาตรฐานเดียวกันได้

การบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต มีทั้งในรูปแบบสปาที่ไม่มีที่พัก (Day Spa) และสปาในที่พักหรือโรงแรม (Resort Spa) ซึ่งสปาในแต่ละแห่งมีรูปแบบการบริหารจัดการที่แตกต่างกันออกไป เช่น สปาบางแห่งมีผู้ประกอบการเป็นนักธุรกิจในท้องถิ่น ในขณะที่สปาบางแห่งเป็นสปาที่ผู้ประกอบการเป็นบริษัทข้ามชาติที่มีรูปแบบการบริหารเป็นของตัวเอง และสปาบางแห่งจัดทำเป็นสปาพินันตัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยต่อด้านธุรกิจสปาอันดามันในระยะที่ 2 โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในแถบพื้นที่อันดามัน โดยศึกษาประเด็นด้านการวางแผนธุรกิจspa การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร การจัดการผลิตภัณฑ์ และการบริการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยศึกษาประเด็นต่อไปนี้

- 1) การวางแผนธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
- 2) รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
- 3) แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
- 4) รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

1.3 คำถามหลักการวิจัย

1. รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นอย่างไร

2. รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาซึ่งประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นอย่างไร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตในการวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา มีดังนี้

1. **พื้นที่ศึกษา** การวิจัยครั้งนี้จะศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
2. **ประชากรเป้าหมาย** ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาในด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการธุรกิจสปา (Hosts) หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทั้งในส่วนสถานประกอบการสปาที่เป็นสปาภายในโรงแรม หรือรีสอร์ท (Resort Spa) และสถานประกอบการสปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน (Day Spa) โดยเริ่มรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การใช้แบบสอบถาม และการระดมความคิดเห็น
3. **ประเด็นที่ศึกษา** ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน โดยมีประเด็นที่จะศึกษาดังนี้
 - 3.1 การวางแผนธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การจัดการด้านสถานที่ และบรรยากาศของสถานประกอบการสปา การจัดการด้านรสชาติอาหาร เครื่องดื่ม และอุปกรณ์ของสถานประกอบการสปา การจัดการด้านกลิ่นที่ใช้บำบัดในสถานประกอบการสปา การจัดการด้านเสียง เพลงที่ใช้ในสถานประกอบการสปา และการจัดการด้านสัมผัส เช่นการนวด ในสถานประกอบการสปา
 - 3.2 รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรในสถานประกอบการสปา
 - 3.3 แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การรับบุคลากรเข้าทำงาน การฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรด้านต่าง ๆ
 - 3.4 รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การรักษาความสะอาด เรียบร้อย การออกแบบรูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์ การจัดทำแพคเกจ การออกแบบสปาเมนู กิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดเก็บสินค้าและผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบราคา การควบคุมสินค้าคงคลัง

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานธุรกิจสปา ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจ สปาสามารถนำข้อมูลการวิจัยมาใช้เป็นพื้นฐานในการบริหารจัดการธุรกิจสปาที่เหมาะสมกับพื้นที่อันดามัน ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ผู้ประกอบการยังต้องให้ความสนใจ และต้องบริหารจัดการสถานประกอบการสปาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถดำเนินธุรกิจสปาได้อย่างยั่งยืน มีความมั่นคงทางธุรกิจ นอกจากนี้งานวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่ส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจสปาให้คงอยู่ในพื้นที่แถบอันดามันต่อไป โดยมีประสิทธิภาพทางในด้านการวางแผน

การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร และการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการ

ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของสามเหลี่ยมอันดามัน ได้กำหนดกลยุทธ์ในการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (The Tourist Medical Hub of Asia) ซึ่งการบริการสปาเป็นกิจกรรมที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมากขึ้น เพราะฉะนั้นงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงรูปแบบและบริหารจัดการของการบริการให้สอดคล้องกับพื้นที่ ความต้องการและสถานการณ์ทางการตลาดในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

โครงการวิจัยนี้ได้ประสานงานกับผู้ใช้งานวิจัย (Users) ที่เป็นตัวแทนภาคธุรกิจสปา จาก 3 จังหวัด ได้แก่ ชมรมธุรกิจสปาจังหวัดภูเก็ต ชมรมธุรกิจสปาจังหวัดพังงา และผู้ประกอบการธุรกิจสปาจังหวัดกระบี่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการประสานการทำงานระหว่างภาคีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา

1.6 นิยามศัพท์

สปา (Spa) หมายถึง สถานที่ประกอบการที่มีการประกอบกิจการซึ่งให้ดูแล และเสริมสร้างสุขภาพ โดยมีบริการหลักที่จัดไว้ ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัด และการควบคุมอาหาร โยคะ และการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ หรือไม่ก็ได้

รีสอร์ทสปา (Resort Spa) หมายถึง สถานที่ประกอบการสปาที่ให้บริการสปาในโรงแรม รีสอร์ท หรือที่พัก

เดย์สปา (Day Spa) หมายถึง ศูนย์บริการสปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน

ศูนย์สุขภาพ (Health Club) หมายถึง สถานที่ให้บริการที่เน้นการออกกำลังกาย ซึ่งอาจจะมีการบริการสปาเข้ามาเสริมด้วย

ผู้ประกอบการสปา (Spa Owner) ในงานวิจัยครั้งนี้ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของ หรือผู้ดำเนินการที่ทำหน้าที่ให้บริการ โดยควบคุมดูแลการให้บริการทั้งหมดในสถานประกอบการสปา

ผู้จัดการสปา (Spa Manager) หมายถึง ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ประกอบการสปาให้ดำเนินการดูแลกิจการสปาทั้งหมด

ผู้ให้บริการสปา (Therapists) หมายถึง บุคคลซึ่งมีคุณสมบัติในการนวด และทำหน้าที่ให้บริการต่อผู้รับบริการในสถานประกอบการสปา

สปาอันดามัน (Andaman Spa) หมายถึง บริการสปาที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่

การบริหารจัดการสปา (Spa Management) หมายถึง การวางแผนธุรกิจ รูปแบบการจัด โครงสร้างองค์กร แนวทางการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการสปาใน เขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

การวางแผนธุรกิจสปา หมายถึง การจัดการด้านรูป การจัดการด้านรส การจัดการด้านกลิ่น การจัดการด้านเสียง และการจัดการด้านสัมผัส

การจัดการด้านรูป หมายถึง การจัดการด้านสถานที่ และการสร้างบรรยากาศในสถาน ประกอบสปา

การจัดการด้านรส หมายถึง การจัดการด้านอาหารสุขภาพ หรือโภชนบำบัดในสถาน ประกอบ สปา (Spa Cuisine)

การจัดการด้านกลิ่น (AromaTherapy Management) หมายถึง การจัดการด้านกลิ่น หรือ การใช้น้ำมันหอมระเหยในสถานประกอบการสปา

การจัดการด้านเสียง (Music Management) หมายถึง การใช้เสียงดนตรีและเสียงธรรมชาติ ในสถานประกอบการสปา

การจัดการด้านสัมผัส หมายถึง ลักษณะการนวด และบริการเสริมอื่น ๆ ในสถาน ประกอบการสปา

การพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการสปา หมายถึง การพัฒนาบุคลิกภาพ การพัฒนา ทักษะการนวด และการพัฒนาทักษะทางการสื่อสารของผู้ให้บริการสปา

บทที่ 2

เอกสารทบทวนวรรณกรรม

ในการทำวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสปา
2. แนวคิดการจัดการตลาดธุรกิจสปา
 - 2.1 ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทย
 - 2.2 ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามัน
 - 2.3 สภาพการแข่งขันในตลาด
 - 2.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - 2.5 การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Supply Chain Management)
 - 2.6 ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา
 - บริการสปา
 - การกำหนดอัตราค่าบริการ
 - สถานที่
 - การส่งเสริมการตลาด
3. แนวคิดการบริหารธุรกิจสปา
 - 3.1 การจัดการองค์กร
 - การจัดโครงสร้างองค์กรโดยทั่วไป
 - รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจสปา
 - การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรภายในองค์กรธุรกิจสปา
 - 3.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล
 - การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร
 - การคิดค่าตอบแทน เงินเดือนสำหรับบุคลากร
 - การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา
4. แนวคิดการจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา
 - 4.1 แนวคิดการจัดการด้านรูป (สถานที่ และบรรยากาศในสถานประกอบการสปา)
 - 4.2 แนวคิดการจัดการด้านรส (การโภชนาบำบัด หรืออาหารเพื่อสุขภาพ)
 - 4.3 แนวคิดการจัดการด้านกลิ่น (การจัดการด้านสุคนธบำบัด)

- 4.4 แนวคิดการจัดการด้านเสียง (การใช้เสียงดนตรี และเสียงธรรมชาติเพื่อสร้างบรรยากาศใน สถานประกอบการสปา)
- 4.5 แนวคิดการจัดการด้านสัมผัส (การนวด และบริการต่าง ๆ ในสปา)
- 4.6 ขั้นตอนการให้บริการ

โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับสปา

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่เน้นด้านการบริการ ดังนั้นในการวางแผน บริหารจัดการธุรกิจสปานั้น จะต้องมีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป

2.1.1 การจัดการด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสปา

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสปาเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการสปา หรือผู้ดำเนินการสปา และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในธุรกิจสปาจะต้องมีการศึกษาและเรียนรู้ ทั้งนี้เพื่อนำองค์ความรู้นั้นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของสปาให้มีความโดดเด่น และเป็นที่ยอมรับ ยอมรับของผู้ใช้บริการสปา

2.1.2 องค์ความรู้เกี่ยวกับสปา

1) สปา คือ อะไร

สปา มาจากภาษาละติน “Sanus Per Aquam” หมายความว่า การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ ซึ่งช่วยให้มีสุขภาพที่ดีและผ่อนคลาย ตามคำนิยามที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป สปา หมายถึงการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สปาเป็นการบำบัดแบบองค์รวมที่เน้นการป้องกันเจ็บไข้ได้ป่วยมากกว่าการรักษาที่อาการ

Wildwood and Chrissie (1997) ได้ศึกษาพบว่า การที่อารมณ์ของคนแปรปรวนมีโอกาสทำให้เกิดการเจ็บไข้ได้ป่วย

ประเทศไทยต้องถือได้ว่าเป็นประเทศแรกที่มีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการด้านสปาเพื่อสุขภาพออกมาอย่างชัดเจน โดยมีการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) มีใจความดังนี้

“กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัด และ

การควบคุมอาหาร โยคะ และการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ หรือไม่ได้”

2) วิวัฒนาการสปา

สปาที่มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ กรีก โรมัน ที่มีการทำพิธีกรรมทางศาสนาด้วยการชำระล้างร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณด้วยน้ำ โดยมีการนำศาสตร์ของอโรมาเธอราพีใช้บำบัดสุขภาพแบบองค์รวม ถือได้ว่าชาวโรมันเป็นผู้ที่มีรสนิยมในการใช้ชีวิตอย่างมาก การอาบน้ำพุร้อนถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะใช้ทั้งการอาบน้ำทำความสะอาดร่างกาย แล้วยังใช้ดูแลสุขภาพที่ดีอีกด้วย การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยในกลุ่มชนชั้นสูงเป็นสิ่งที่กระทำกันอย่างแพร่หลาย

คำว่า “สปา” ถือว่า ก่อกำเนิดราวศตวรรษที่ 17 มาจากเมืองเล็ก ๆ ในประเทศเบลเยียม ที่ตั้งอยู่ในดินแดนที่เรียกว่า เทือกเขาแห่งอาร์เดนเนส (Ardennes Mountains) ที่มีน้ำพุร้อนใช้ในการดูแลสุขภาพ เมืองนี้ได้รับการขนานนามว่า “Gem of Ardennes”

การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมยังรวมถึงการทำสมาธิ การฝึกลมหายใจ การออกกำลังกาย วิธีกรเหล่านี้จะช่วยในการลดระดับความเครียดได้

Rojas and Kleinez (2000) ค้นพบว่า การทำสมาธิ โยคะจะทำให้ภาวะจิตเข้าสู่ความสมดุล และทำให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย

แม้แต่ประเทศจีนยุคก่อนก็ใช้สมุนไพรรักษาโรคควบคู่กับการฝังเข็มและการนวดรักษาคนเจ็บไข้ได้ป่วยจำนวนมาก (Wildwood, 1997)

สำหรับประเทศไทยมีจุดเด่นในการบำบัดด้วยวิถีธรรมชาติ โดยเฉพาะการนวดที่มีหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงที่ขุดพบที่ปามะม่วง จังหวัดสุโขทัย

เมื่อถึงยุคสมัยกรุงศรีอยุธยา รัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชการแพทย์แผนไทยถือว่ารุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะการนวดไทย ในสมัยพระบรมไตรโลกนาถได้มีการแบ่งส่วนราชการด้านการแพทย์ให้กรมหมอนวด

ศาสตร์การนวดไทยบางส่วนได้สูญหายไปจากการเกิดภาวะสงครามสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ จนกระทั่งพระบรมสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงโปรดให้ปั้นรูปฤๅษีดัดตนครบ 80 ท่า และจารึกสรรพวิชาการนวดไทยลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพ แสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียด ประดับบนผนังศาลาราย และบนเสาศาภายในวัดโพธิ์ วิวัฒนาการของการนวดไทยจึงได้ถูกสืบทอดต่อมาจนถึงปัจจุบัน

การนวดไทยได้แผ่ขยายเป็นวงกว้างทำให้ชาวต่างชาติมีความสนใจที่จะได้รับบริการนวดไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนวดแบบราชสำนัก หรือการนวดแบบเชลยศักดิ์ ด้วยความโดดเด่นของศิลปะการนวดแบบไทยเป็นที่นิยมของกลุ่มชาวต่างประเทศ จึงเกิดการผสมผสานศาสตร์การนวดแผนไทยเข้ากับธุรกิจสปา ให้เป็นการจัดรูปแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทยเรียกว่า ไทยสปา (Thai Spa)

3) ผู้ประกอบการสปาในประเทศไทย

ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สปา... ธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา และจากงานวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปารายใหญ่ของไทยในปัจจุบันมีทั้งกลุ่มสปาไทยที่พัฒนาคุณภาพของการบริการ และกลุ่มสปาชั้นนำในต่างประเทศซึ่งขยายเครือข่ายเข้ามาในเมืองไทย ได้แก่

กลุ่มสปาไทย ประกอบด้วย

- 1) ชีวาศรม ซึ่งขยายเครือข่ายในรูปแบบแฟรนไชส์ไปในต่างประเทศหลายแห่ง ทั้งในยุโรป เอเชีย และตะวันออกกลาง
- 2) เทวารันย์ สปา ของกลุ่มดุสิตธานี
- 3) พรวิเลจ สปา ของกลุ่มเซ็นทรัล
- 4) ธารธารา เฮลท์ สปา ของกลุ่มเอ็ม บี เค
- 5) โอเรียนเต็ล สปา ในโรงแรมโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ
- 6) จิรัง สปา ของกลุ่มว่องวานิช ซึ่งให้บริการแห่งแรกที่แซงซัวร์ พอยท์ รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่เชียงใหม่ และแห่งที่ 2 ที่อาคารว่องวานิช กรุงเทพฯ
- 7) สปาบอดี รีแลกซ์ ที่โรงแรม ซีนิต ซอยนานา
- 8) ประดู่ สปา คลับ ของกลุ่มบุญกุล
- 9) อโรม่าเวร่า สปา ซึ่งขยายเครือข่ายในรูปแบบแฟรนไชส์ออกไปอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ เช่น คูไบ มาเลเซีย ฮองกง เลบานอน และจีน เป็นต้น
- 10) ศิลาดล โฮม สปา ซึ่งให้บริการสปาถึงบ้าน บริการรูปแบบนี้จะมีต้นทุนค่อนข้างต่ำ เพราะไม่ต้องลงทุนด้านสถานที่

กลุ่มสปาต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) แมนดารา สปา เป็นผู้ให้บริการสปาในโรงแรมและรีสอร์ทที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งขยายเครือข่ายเข้ามาในประเทศไทย โดยให้บริการในโรงแรมระดับหรู ทั้งในกรุงเทพฯ เมืองท่องเที่ยวชายทะเล และเมืองท่องเที่ยวทางภาคเหนือ ล่าสุดได้ขยายการบริการเข้าไปในโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ในลักษณะบริการแบบเคลื่อนที่ คือ ให้บริการตามการเรียกใช้ของผู้ป่วย
- 2) แอสปารา สปา ให้บริการในโรงแรมพลาซ่า แอทธินี กรุงเทพฯ
- 3) ซิกแซนเซส สปาที่ ดิเอวาซอน รีสอร์ท แอนด์ สปา ที่หัวหิน ภูเก็ต และสมุย เป็นต้น

4) การจำแนกประเภทของสปา

โดยทั่วไปนักวิชาที่เกี่ยวข้องของกับสปา หรือผู้ที่มีความสนใจ และศึกษาเกี่ยวกับสปา ได้จำแนกประเภทของสปาออกแตกต่างกัน บางท่านจำแนกสปาโดยพิจารณาตามประเภทสปาที่ให้บริการ หรือ บางท่านอาจแบ่งตามลักษณะของสถานที่ที่ให้บริการ และบางท่านแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการให้บริการสปา การจำแนกประเภทของสปาในที่นี้ ผู้วิจัยขอจำแนกประเภทสปาไว้ดังต่อไปนี้

1. คลับสปา (Club Spa) เป็นสปาที่มุ่งเน้นที่ออกกำลังกาย เสริมสร้างสมรรถนะในความแข็งแรงของร่างกาย และมีการบริการด้านการนวด การอบไอน้ำ การอบซาวน่า การแช่น้ำร้อน – เย็น รวมถึงโยคะ หรือการออกกำลังกายอื่น ๆ สปาประเภทนี้จะไม่มียังห้องพักให้บริการ
2. สปาที่อยู่ในเรือ (Cruise ship Spa) เป็นสปาที่เน้นการผ่อนคลายด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการบำบัด ความงาม การนวด หรือแม้แต่การจัดทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่ทำให้จิตใจสงบ สปาประเภทนี้มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น
3. สปาที่ใช้น้ำพุร้อนหรือน้ำแร่ในการบำบัด (Mineral Spring Spa) เป็นสปาที่ใช้น้ำพุร้อนที่น้ำแร่บำบัดโดยเฉพาะ นอกเหนือจากการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ อย่างในประเทศไทยที่มีโอกาสที่จะพัฒนาบริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติที่มีอยู่หลายแห่งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสปาได้เป็นอย่างดีในอนาคต
4. สปาที่เน้นการพำนักระยะยาวเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง (Destination Spa) ในการบริการสปาประเภทนี้จะต้องมีการให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การนวด การโภชนาการบำบัด หรือกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในประเทศไทยมีเพียงแห่งเดียวที่เปิดให้บริการสปาประเภทนี้ คือ ซีวาธรรม อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
5. สปาที่ดำเนินการตามรีสอร์ท หรือโรงแรม (Hotel and Resort Spa) โดยเสนอบริการหลักได้แก่การออกกำลังกาย การนวด การอบตัว โภชนาการบำบัดหรือกิจกรรมอื่น ๆ
6. สปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน (Day Spa) เป็นสปาที่สามารถดำเนินการได้ตามที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือสนามบิน ลักษณะของผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะสั้น ๆ ประมาณ 1 – 5 ชั่วโมง
7. สปาที่เน้นการบำบัดสุขภาพซึ่งอาจเป็นแพทย์แผนปัจจุบัน หรือแพทย์ทางเลือก (Medical Spa) สปาประเภทนี้จะเน้นการให้บริการเชิงการแพทย์มากกว่า ผู้ดำเนินการจะต้องเป็นแพทย์หรือโรงพยาบาล หรือสถานประกอบการจะต้องได้รับการอนุญาตทางการแพทย์ โดยเฉพาะ ปัจจุบันสปาประเภทนี้ยังไม่มีในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

5) การจำแนกประเภทสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

สำหรับสปาที่เปิดให้บริการในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ นั้น ประเภทของการให้บริการสปายังไม่แตกต่างกันมากนัก แต่อาจแตกต่างกันในด้านสถานที่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอจำแนกประเภทของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ดังนี้

1. **สปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน (Day Spa)** ซึ่งลักษณะของสถานประกอบการสปาประเภทนี้ในแถบจังหวัดภูเก็ต และกระบี่ในบางส่วน มีการเปิดบริการเพิ่มขึ้นเรื่อย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสปาประเภทนี้ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจะมีแยกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ
 - **สปาที่เปิดบริการในอาคาร** ซึ่งอาจจะจะเป็นอาคารพาณิชย์ หรือบ้านทรงไทย (Indoor Spa) เช่น เฌอเอมสปา ธารธาราสปา กันตวันสปา เรนฟอร์เรสสปา สุขุสปา เป็นต้น สถานประกอบการสปาประเภทนี้ส่วนใหญ่นิยมใช้เครื่องปรับอากาศในขณะที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน และสิงคโปร์ เป็นต้น และจะเดินทางมาในลักษณะของแพคเกจทัวร์ จำนวน 20 –30 คนต่อครั้ง
 - **สปาที่เปิดบริการในสถานที่โล่ง กลางสวน** เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้สัมผัสกับธรรมชาติโดยรอบ (Outdoor Spa) การเปิดบริการสปาประเภทนี้จะต้องมีการลงทุนสูง และมีการวางแผนล่วงหน้าเป็นอย่างดี ประกอบกับการใช้พื้นที่ในการจัดสร้างบรรยากาศจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่พอสมควร สปาประเภทนี้จึงยังคงมีน้อย แต่สปาประเภทนี้ จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปสูง เนื่องจากผู้บริภคกรนิยมความเป็นธรรมชาติ และไม่นิยมเครื่องปรับอากาศ
2. **สปาที่ดำเนินการในรีสอร์ท หรือโรงแรม (Resort Spa)** เป็นสปาที่เปิดให้บริการในที่พักสถานที่ให้บริการขึ้นอยู่กับการออกแบบสถานที่ของโรงแรม บางแห่งอาจเป็นสปาที่ให้บริการภายในอาคาร (Indoor Spa) บางแห่งอาจเป็นสปาที่ให้บริการภายนอกอาคาร (Outdoor Spa) ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของรีสอร์ทสปาในแถบสามเหลี่ยมอันดามัน ดังนี้
 - **สปาที่เป็นของโรงแรมหรือรีสอร์ทเอง** หมายถึง สปาที่เปิดดำเนินการในโรงแรมนั้น เป็นสปาที่ออกแบบโดยโรงแรมเอง และมีผู้ดำเนินการสปาเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบงานทั้งหมด เช่น ลาฟลอราสปา ซึ่งดำเนินการในโรงแรมลา ฟลอรา เขาหลัก จังหวัดพังงา เดอะ สโวจิน สปา ซึ่งดำเนินการให้บริการในโรงแรม เดอะ สโวจิน แหลมปะการัง เขาหลัก จังหวัดพังงา หรือ บันยันทรี่สปา ซึ่งเป็นสปาของโรงแรมบันยันทรี่ จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น
 - **สปาที่ไม่ใช่เป็นสปาของโรงแรม** หมายถึง การที่โรงแรมจัดทำสถานที่ประกอบการสปาและให้สปาที่อื่นเข้ามาดำเนินการธุรกิจสปาในโรงแรม โดยอาจจะมีการตกลงกันในรูปแบบของค่าเช่า หรือการทำสัญญาขึ้นอยู่กับการตกลงกันระหว่างโรงแรม กับผู้ดำเนินการสปา เช่น ไลลาสปา ซึ่งดำเนินการในโรงแรมสมเกียรติบุรี อ่าวนาง จังหวัด

กระบี่ รอยัลสเปน ซึ่งดำเนินการในปอแตส วิลล่า แอนด์ สปา อำเภอทับปุด จังหวัดพังงา เป็นต้น

- **สปาที่เป็นลิขสิทธิ์ของต่างประเทศ** และเข้ามาดำเนินการให้บริการสปาในโรงแรมในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เช่น แมนดาราสปา ซึ่งดำเนินการในโรงแรม เจ ดับบลิว มาริโอท ภูเก็ต อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

2.2 แนวคิดการจัดการตลาดธุรกิจสปา

2.2.1 ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทย

ธุรกิจสปาเข้ามาในประเทศไทยเมื่อประมาณ 10 ปีมาแล้ว ช่วงนั้นสปาเป็นเพียงธุรกิจที่แฝงตัวอยู่ภายในโรงแรมหรู เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก และไม่มีลักษณะเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์เท่าใดนัก ปัจจุบันนอกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แสวงหาบริการด้านสปาแล้ว คนไทยเองให้ความสนใจไม่แพ้กัน ส่งผลให้ธุรกิจสปามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจสปาในประเทศไทยจึงมีทั้งผู้ประกอบการที่เป็นชาวไทย และผู้ประกอบการที่ร่วมทุนกับชาวต่างชาติ โดยเลือกลงทุนเปิดให้บริการสปาในโรงแรม รีสอร์ท หรือตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ

กระแสการให้ความสำคัญต่อสุขภาพอย่างจริงจังของคนไทย ทำให้ธุรกิจสปาเริ่มขยับออกมาจากโรงแรม และขยายตัวอย่างรวดเร็วในย่านธุรกิจ และแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ และเป็นที่จับตาว่าธุรกิจสปาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีศักยภาพการเติบโตสูงต่อไป จากที่เคยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 20 - 30 ต่อปี ธุรกิจสปาสามารถดึงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ต่ำกว่า 24,000 ล้านบาทต่อปี และธุรกิจสปาขนาดเล็กที่เป็นตลาดของคนไทยมีกำลังบริโภคประมาณ 2,000 ล้านบาทต่อปี คาดว่ารายได้จากธุรกิจสปาในตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศในสวนนี้ น่าจะขยายตัวได้อีก เนื่องจากความต้องการมีโอกาสเติบโตตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ภาครัฐให้การส่งเสริม และสนับสนุนมาโดยตลอด ทั้งยังเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่ภาครัฐกำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ปี 2546 - 2554 และนำรายได้เข้าประเทศไม่น้อยกว่า 100,000 ล้านบาท (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547)

แนวโน้มเกี่ยวกับความสนใจในการดูแลสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นของคนไทยในกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 70 ของประชากรไทยทั้งหมด เป็นโอกาสให้ธุรกิจสปาขยายเข้าสู่ตลาดระดับกลาง ซึ่งมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อระดับปานกลางขึ้นไป โดยผู้ประกอบการธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย เปิดดำเนินธุรกิจอยู่ในเมืองใหญ่ หรือย่านธุรกิจ ครอบคลุมตั้งแต่สปาที่อยู่นอกโรงแรมแต่จับตลาดบน และสปาขนาดเล็กที่จับตลาดระดับรองลงมา

ธุรกิจสปาไทยยังมีแนวโน้มเติบโตน่าสนใจ แม้ที่ผ่านมาจะมีการเปิดตัวสปาขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่โอกาสทางธุรกิจยังคงมีต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัจจุบันกำลังเดินมาถึงยุคของการปรับตัว ที่เน้นจุดเด่นเรื่องเอกลักษณ์และบริการที่แตกต่าง โดยในปี 2549 เชื่อว่าตลาดสปายังมีโอกาสเติบโตสูงถึงร้อยละ 20-25 เนื่องจากประเทศไทยสร้างความเชื่อมั่นด้านชื่อเสียงของสปาอันดับ 1 ในเอเชียมาแล้วระยะหนึ่ง รวมถึงการพัฒนาในอุตสาหกรรมทั้งในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ และสินค้าสำหรับสปาที่มีการเติบโต และขยายธุรกิจสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มการพัฒนาธุรกิจสปาเพื่อการแข่งขันในปี 2549 เชื่อว่าผู้ประกอบการจะนำจุดเด่นที่มีมานำเสนอเป็นจุดขาย หรือสร้างเอกลักษณ์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดบริการสปารูปแบบใหม่ ๆ นอกจากนี้การขยายฐานลูกค้าสปาไปยังกลุ่มผู้ชาย หรือในกลุ่มเมโทรเช็ทชวัล ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอัตราการเติบโตสูงนั้น จะเป็นอีกปัจจัยที่จะกระตุ้นให้ตลาดธุรกิจสปาเติบโตมาก จนเชื่อว่าจะเกิดสปาเฉพาะกลุ่มผู้ชายให้เห็นในปี 2549 โดยเฉพาะโรงแรมต่าง ๆ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าผู้ชายเมโทรเช็ทชวัลที่มีอยู่ในอาชีพผู้บริหารเป็นหลัก

ปัจจุบันสปาไทยมีการเติบโตปีละ 30% จากสปาที่ได้มาตรฐานทั้งหมด 500 แห่งทั่วประเทศ แต่ขณะเดียวกันในจำนวนดังกล่าว ยังมีประมาณ 200 แห่งที่ยังมีปัญหในเรื่องของการบริหารจัดการสปาที่ถูกต้อง

สำหรับรายได้ของบริการสปาไทยโดยรวม คาดว่า ปี 2548 จะอยู่ที่ 7,000 ล้านบาท ปัจจุบันมีรายได้รวมแล้วประมาณกว่า 5,000 ล้านบาท เป็นชาวต่างชาติ 80 % และชาวไทย 20 % ขณะที่ตลาดรวมเติบโตปีละประมาณ 20 %

ด้านปัจจัยลบ ตั้งแต่ปี 2548 พบว่าการเติบโตของนักท่องเที่ยวชะลอตัวลงอย่างเห็นได้ชัด โดยคาดว่าในปี 2549 จะมีการเติบโตที่ดีกว่านี้ เนื่องจากมีการสนับสนุนจากรัฐบาล และ ททท. เป็นหัวหอกหลักในการผลักดันการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สปาไทยเติบโตขึ้นได้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547)

2.2.2 ภาพรวมตลาดธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามัน

จากการวิจัยเรื่อง มาตรฐานสถานประกอบการสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (ปวารณาและคณะ, 2547) พบว่าผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21 -30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีถึงสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัทและประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ของผู้ใช้บริการสปาในแถบนี้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1 ล้าน - 5 ล้านบาทต่อปี ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรปและเอเชีย และใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ วัตถุประสงค์ของการเดินทางระบุว่า เพื่อการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่พัก 4-7 วัน

การศึกษาด้านการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการสปาเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ประเภทของสปาที่นิยมใช้มักเป็นสปาภายในโรงแรมหรือที่พัก วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา คือ ปัจจัยด้านราคา ความสะอาดของสถานที่ และผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญสูงสุด บริการสปาที่ผู้บริโภคนิยมใช้ คือ การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aroma Massage) รองลงมาเป็นการนวดไทย (Thai Massage) ระยะเวลาที่ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เป็นเวลา 1 - 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการสปาระบุว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในเขตอันดามันอยู่ที่ 1,000 - 3,000 บาทต่อครั้ง ผู้ใช้บริการสปาทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการสปาจากสปาในโรงแรมที่ตนเอง และทราบจากบริษัทนำเที่ยว

สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปา พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ให้บริการพึงพอใจในส่วนของความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์มากที่สุด ส่วนความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ให้ความพึงพอใจเกี่ยวกับความสะอาดของบุคลากรมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจต่อการบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ อยู่ในเกณฑ์สูง และความพึงพอใจด้านอัตราค่าบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ในส่วนของความคิดเห็นหลังการให้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ระบุว่า ต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยมีความประทับใจในด้านสถานที่ในด้านความสะอาดของสถานที่ วัสดุอุปกรณ์และบุคลากรที่ให้บริการ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และบรรยากาศที่เงียบสงบ ในด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการประทับใจในเรื่องของนักสุขภาพบำบัดและบุคลากรมีความอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทไทย และมีอัธยาศัยไมตรีรวมทั้งการมีผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการบริการ ส่วนในด้านการบริการนั้น ผู้ใช้บริการประทับใจในด้านราคาที่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือความหลากหลายของการบริการและความสะอาดของผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

จังหวัดภูเก็ต - ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีถึงสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพลูกจ้างบริษัท รายได้ 1 ล้านถึง 5 ล้านบาทต่อปี กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย รองลงมาเป็นชาวยุโรป ประเทศที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นญี่ปุ่น รองลงมาเป็นออสเตรเลีย ภาษาที่ใช้เป็นภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นและจีนมากตามลำดับ จุดประสงค์ในการเดินทางมาภูเก็ตส่วนใหญ่ระบุว่าการท่องเที่ยว การมาภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นการมาซ้ำ(เป็นครั้งที่ 2 - 5) ระยะเวลาที่พักในภูเก็ต 4-7 วัน

ข้อมูลการให้บริการสปาของผู้ใช้บริการในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ความถี่ในการใช้บริการสปาที่เป็นอยู่ คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน สปาที่ผู้บริโภคนิยมใช้มักเป็นสปาภายในโรงแรม วัตถุประสงค์ในการใช้สปาเพื่อการผ่อนคลาย ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือด้านความสะอาดของสถานที่ วัสดุอุปกรณ์และผู้ให้บริการ ด้านผู้ให้บริการมีความอ่อนน้อม ยิ้ม

แย้มแจ่มใส และผู้ให้บริการให้บริการได้อย่างน่าพึงพอใจ ตามลำดับ บริการสปาที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่นิยม คือ การนวดไทย ระยะเวลาใช้บริการสปา 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาก่อเกิดต่อครั้งอยู่ที่ 1,000 – 3,000 บาท

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการสปาที่ผู้ให้บริการทราบนั้น ส่วนใหญ่ทราบมาจากสื่อที่ปรากฏในโรงแรมเอง รองลงมาเป็นสื่อของบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้ผู้ให้บริการสปาระบุว่า สปาภูเก็ตรมคุณภาพในระดับ 4 – 5 ดาว

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสปาก่อเกิด จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการพึงพอใจในด้านความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์มากที่สุด ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจในด้านความสะอาดของบุคลากร การแต่งกายและเครื่องแบบบุคลากรที่ให้บริการ รวมทั้งจิตสำนึกในการให้บริการของพนักงานในระดับสูง แต่ทักษะการสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้มากที่สุด อัตราค่าบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาก่อเกิดหลังการให้บริการแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริภกรระบุว่าการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เนื่องจากมีความประทับใจในด้านสถานที่ในเรื่องของความสะอาดของสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนบุคลากรที่ให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง และบรรยากาศที่เงียบสงบ ส่วนความประทับใจด้านผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประทับใจในเรื่องของความสุภาพอ่อนน้อมมีมารยาทไทย และอัธยาศัยไมตรีมากที่สุด รองลงมาคือผู้ให้บริการมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในเรื่องการบริการ ส่วนความประทับใจด้านการบริการนั้นพบว่าผู้ให้บริการสปาก่อเกิดประทับใจในด้านราคาที่เหมาะสม มากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของความหลากหลายของการบริการ และการใช้วัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่สะอาด

จังหวัดพังงา – ผู้ใช้บริการสปาในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิง ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน มีช่วงอายุ 31 -40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า อาชีพลูกจ้างบริษัทเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ 1 ล้าน – 5 ล้านบาทต่อปี ผู้ใช้บริการเป็นชาวยุโรปเป็นส่วนใหญ่ ประเทศที่มามากที่สุด คือ ประเทศเยอรมัน วัตถุประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่ระบุว่าการท่องเที่ยว รองลงมาเพื่อใช้บริการสปา และเพื่อธุรกิจตามลำดับ จำนวนครั้งที่มาจังหวัดพังงาส่วนใหญ่เป็นครั้งที่ 2 -5 ระยะเวลาที่พัก 1-3 วัน และ 4- 7 วัน ตามลำดับ ภาษาที่กลุ่มผู้บริภกรใช้สื่อสารส่วนใหญ่เป็นภาษาเยอรมัน

ข้อมูลผู้บริภกรสปาพังงา ผู้บริภกรมาใช้บริการเป็นครั้งแรก ความถี่ในการใช้บริการ สปาของผู้บริภกรประมาณ 1- 2 ครั้งต่อเดือน ประเภทของสปาที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นสปาในโรงแรมที่พัก รองลงมาใช้บริการศูนย์สุขภาพที่ไม่มีที่พักค้างคืน วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปาเพื่อการคลาย

เครียด และเพื่อดูแลสุขภาพและผ่อนคลายลดอาการปวดกล้ามเนื้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา คือ ความสะอาดของสถานที่ วัสดุอุปกรณ์และผู้ให้บริการ รองลงมาเป็นเรื่องราคาที่เหมาะสม และความสวยงามของสถานที่และบรรยากาศดี ตามลำดับ บริการที่ผู้ใช้บริการชอบ คือ บริการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aroma Massage) รองลงมาคือ บริการนวดไทย (Thai Massage) และการนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ ตามลำดับ ระยะเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง ผู้ใช้บริการ สปาฟังการะบุว่าระยะเวลาใช้บริการต่อครั้งอยู่ในช่วงเวลา 1-2 ชั่วโมง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการใช้บริการสปาที่ฟังกา คือ 500 – 1,000 บาท

แหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ใช้บริการทราบถึงสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่ระบุว่าทราบมาจากสปาในโรงแรมที่พัก รองลงมา คือ บริษัทนำเที่ยว และผู้ใช้บริการได้ประเมินคุณภาพของการบริการของสปาฟังกาในระดับ 4 -5 ดาว

สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการสปาในจังหวัดพังงานั้น พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์และสถานที่ตั้งในระดับที่สูงมากที่สุด ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการนั้นอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการพึงพอใจด้านความสะอาดของบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญในการให้บริการ และในด้านทักษะการสื่อสารของผู้ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการบริการ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการพอใจด้านความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้รวมถึงความปลอดภัยในการให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นอัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสปาฟังกาหลังการใช้บริการ ส่วนใหญ่ระบุว่า ต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ทั้งนี้โดยให้เหตุผลในด้านต่าง ๆ คือ เหตุผลด้านสถานที่ พบว่าผู้ใช้บริการประทับใจในด้านความสะอาดของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์และบุคลากรที่ให้บริการ รองลงมาคือความเงียบสงบและการตกแต่งสถานที่แบบไทย ๆ ในด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการสปาฟังกาประทับใจในด้านความยิ้มแย้มแจ่มใส ความอ่อนน้อม มีมารยาทไทยและอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของความชำนาญและเชี่ยวชาญในเรื่องการบริการ ส่วนความประทับใจด้านการบริการ ผู้ใช้บริการสปาฟังกา ระบุว่า ราคาบริการสมเหตุสมผล รองลงมาคือความหลากหลายของบริการและการใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ที่สะอาด

จังหวัดกระบี่ – ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสปาในจังหวัดกระบี่ พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มอายุระหว่าง 21 -30 ปี และ 37 -40 ปี ตามลำดับ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัท รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 1 ล้าน – 5 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป คือ อังกฤษ สเปน และออสเตรเลีย

รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวในโซนเอเชีย ซึ่งประกอบด้วยคนไทยมากที่สุด จุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ระบุว่ามาเที่ยวกระบี่เป็นครั้งแรก ระยะเวลาที่พักในจังหวัดกระบี่ 4-7 วัน

ข้อมูลการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปากระบี่ พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่เคยใช้ สปา มาแล้ว (ครั้งที่ 2-5) ความถี่ในการใช้บริการสปา 1-2 ครั้งต่อเดือน ประเภทสปาที่ผู้ใช้บริการ สปานิยม คือ บริการสปาในโรงแรมที่พัก รองลงมาคือ ศูนย์บริการสปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการสปาเพื่อคลายเครียด รองลงมาเป็นการผ่อนคลายลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ และดูแลสุขภาพ ตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สปา คือ ราคาที่สมเหตุสมผล มากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกของสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์และผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการให้บริการที่น่าพึงพอใจ ตามลำดับ บริการสปาในจังหวัดกระบี่ที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด คือ บริการการนวดไทย รองลงมา เป็นบริการนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย การนวดเท้า ตามลำดับ ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงต่อ ครั้ง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ระบุว่า ค่าบริการสปากระบี่อยู่ที่ราคา 500 -1,000 บาทต่อครั้ง รองลงมาเป็น 1,000 – 3,000 บาทต่อครั้ง

สื่อที่ทำให้ผู้ใช้บริการสปากระบี่ทราบถึงบริการสปานั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ได้รับจากสปา ภายในโรงแรมที่พัก รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยว รวมทั้งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประเมินว่า สปากระบี่ เป็นสปากระดับ 3-4 ดาว

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสปากระบี่ พบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่และ สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการพึงพอใจในเรื่องของความสะอาดของสถานที่ อุปกรณ์ และสถานที่ตั้งในระดับสูง ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ใช้บริการพึงพอใจในเรื่องของความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ รวมทั้งความ สะอาดของบุคลากรมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของการแต่งกายและจิตสำนึกในการให้บริการ และ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของการบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสะอาดของวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และอัตราค่าบริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับความคิดเห็นหลังการใช้บริการนั้น ผู้ใช้บริการสปากระบี่ส่วนใหญ่ระบุว่า จะกลับมาใช้บริการ อีก โดยให้เหตุผลสำคัญด้านสถานที่ คือ ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในด้านการเดินทางมากที่สุด รองลงมาคือ บรรยากาศที่เงียบสงบ ความสะอาดของสถานที่ อุปกรณ์และบุคลากรที่ให้บริการ และการตกแต่งสถานที่แบบไทย ๆ ตามลำดับ เหตุผลด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการประทับใจด้านความอ่อน นุ่ม ความมีมารยาทไทย และอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือผู้ให้บริการมีความ ชำนาญและเชี่ยวชาญในด้านการบริการ และให้บริการได้ตรงตามความต้องการ ตามลำดับ ส่วน เหตุผลด้านการบริการ ผู้ใช้บริการสปากระบี่ประทับใจด้านราคาบริการที่สมเหตุสมผลมากที่สุด รองลงมาคือความหลากหลายของบริการที่น่าเสนอ และระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม ตามลำดับ

2.2.3 สภาพการแข่งขันในตลาดของธุรกิจสปา

สถาบันพัฒนาวิชาชีพขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ได้ให้ข้อคิดเห็นถึง ตลาดธุรกิจสปาในประเทศไทยว่า นอกจากจะมีผู้ประกอบการไทยที่ให้ความสนใจเข้ามาลงทุนแล้ว ยังมีสปาต่างชาติรุกเข้ามามีบทบาททางการตลาดมากขึ้น นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ส่วนใหญ่สปาต่างชาติจะมุ่งเจาะตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ ในสถานที่พักแรมและสถานพยาบาลชั้นนำเป็นหลัก เนื่องจากสปาต่างชาติเป็นที่รู้จักในตลาดโลกมานานแล้วและมีความเป็นสากลมากกว่า ขณะที่สปาไทยเพิ่งเข้าสู่ตลาดเพียงไม่กี่ปี และอยู่ในระหว่างการพัฒนาเพื่อให้มีมาตรฐานทัดเทียมกับต่างประเทศ อีกทั้งการดำเนินธุรกิจสปาในประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรที่เป็นพนักงานบริการ (Therapist) และบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการ รวมถึงอุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ จึงเป็นโอกาสที่สปาต่างชาติที่มีพัฒนาการสูงกว่าเข้ามาแย่งตลาด

ผู้ประกอบการไทยในกลุ่มธุรกิจโรงแรมและโรงพยาบาล ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติจึงมักลงทุนร่วมกับสปาต่างชาติ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี ระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากล การสร้างเครือข่ายตลาดลูกค้าต่างประเทศ ตลอดจนงานลักษณะและชื่อเสียงของสปาต่างชาติ เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันในธุรกิจหลักนอกเหนือจากธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาที่เปิดให้บริการเป็นจำนวนมากในประเทศไทย แต่ละแห่งจะมีการดำเนินงานที่แตกต่างกันทั้งในด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง การบริการที่อาจเป็นแบบตะวันตกล้วน หรือแบบผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาตะวันตก และภูมิปัญญาตะวันออก หรือแบบสปาไทยที่นำบริการแพทย์แผนไทยแผนโบราณมาสร้างเป็นจุดเด่นก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย

สำหรับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของเดย์สปานั้น ผู้ประกอบการมักอาศัยความได้เปรียบในด้านต้นทุนที่ต่ำ คิดค่าอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าสปาในโรงแรม และการมีฐานการตลาดจากธุรกิจเดิม เช่น ธุรกิจผลิตภัณฑ์สปา ธุรกิจเครื่องหอมและสมุนไพร ธุรกิจเสริมความงาม ธุรกิจนวดแผนโบราณ และธุรกิจด้านการแพทย์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการสปาให้มีศักยภาพในการแข่งขัน และการทำกำไรให้กับธุรกิจจะมีส่วนที่สนับสนุนการจัดวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เนตรพัฒนา ยาวีราช, 2544) โดยมีปัจจัยที่ต้องพิจารณา ได้แก่

1. คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน (Industry Rivalry)

ผู้บริหารสปาจะต้องศึกษาคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการประเภทเดียวกัน เพื่อให้ทราบถึงวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านความต้องการ และอุปทานในสปา

2. ลูกค้า (Customers)

ผู้บริหารสปาจะต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน เพื่อให้มีการจัดบริการตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้ามีความหลากหลาย แต่ทุกคนล้วนแต่ต้องการได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผู้บริหารสปาจะต้องทำการบริหารความคาดหวัง (Expectation) เพื่อหาจุดที่เหมาะสมในการบริการ เพื่อให้เป็นการบริการที่มีคุณภาพที่ดี การบริหารต้องการของลูกค้า (Managing Demand) เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการพัฒนาการบริการเสริม (Developing Complementary Services) การพัฒนาระบบการจองการใช้บริการ (Developing Reservation Systems) การประมาณการความต้องการที่ไม่ได้มาจากกลุ่มลูกค้าที่เราได้วางแผนไว้ (Partitioning Demand) การกำหนดราคาที่สูงใจลูกค้า (Establishing Price Incentives) รวมถึงทำการส่งเสริมการขายในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการน้อย (Promoting off – peak Demand) ทั้งนี้เพื่อให้รายได้เข้าตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

3. อุปทาน (Suppliers) การจัดการด้านอุปทานจะเน้นที่การนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่าที่สุดและต้องจัดหาจากแหล่งที่มีต้นทุนต่ำในระดับที่ยอมรับได้ แนวทางการบริหารอุปทานจะต้องพิจารณาในการเตรียมความพร้อมของจำนวนห้องที่พร้อมให้บริการลูกค้า การจัดอบรมพนักงานนวดจึงมีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญสำหรับธุรกิจสปาที่มีการขยายตัวอย่างมาก ผู้บริหารจะต้องหาวิธีการที่จะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้รู้จักกิจการของเรามากขึ้น

4. คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรม (New Comers) อุตสาหกรรมใดก็ตามที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก เทคโนโลยีไม่สูง โอกาสทางธุรกิจมีมากก็ย่อมทำให้คู่แข่งรายใหม่ ๆ เข้ามาสู่ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมนั้นได้ง่ายขึ้นเช่นเดียวกับสปา ที่มีองค์ประกอบตามที่กล่าวมาแล้ว ผู้บริหารสปาจึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถยืนหยัดอยู่ในตลาดได้

5. สินค้าทดแทน (Substitute) การบริการด้านสุขภาพเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ระดับครัวเรือนจนกระทั่งถึงระดับโลก แต่ความต้องการในการบริการก็จะถูกกำหนดโดยผู้บริโภคว่ามีศักยภาพหรือไม่พร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกกับความสุขสบายในราคาที่สูง โดยเฉพาะการนวดไม่ว่าจะเป็นศาสตร์จากประเทศไหนหรืออารยธรรมไหนก็ตามก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว อีกทั้งเป็นศิลปะและความสามารถเฉพาะตัวของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้บริโภคพร้อมที่จะทดลองของใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา เช่น ถ้าไม่นวดเท้าที่สปาในโรงแรม 5 ดาว ก็สามารถไปนวดตามร้านนวดที่อยู่เรียงรายตามท้องถนนได้

การสร้างแรงกระตุ้นเพื่อให้มีการใช้บริการสปา

สปาเป็นธุรกิจที่มีความละเอียดอ่อนและมีเสน่ห์ในการเข้าสัมผัส แต่การวางภาพลักษณ์ของสปา มักจะถูกจัดอยู่ในบริการที่ฟุ่มเฟือยและเหมาะกับกลุ่มที่มีรายได้สูงจึงทำให้อุปสงค์ (Demand) ภายในประเทศมีน้อยกว่าความต้องการที่จะใช้บริการของชาวต่างชาติ ผู้บริหารจึงมีความ

จำเป็นที่ต้องกระตุ้นให้เกิดความต้องการโดยเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค ทางด้านกลุ่มอ้างอิง ค่านิยม และด้านจิตวิทยานั้น ธุรกิจสปา มักใช้กลไก 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1: บริการที่จัดให้ลูกค้าเป้าหมาย (Product or Service input)

บริการด้านสุขภาพหรือทรีทเมนท์ที่จัดไว้ (สปาเมนู) จะต้องมีความโดดเด่นเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น สปาแต่ละแห่งจะมีเอกลักษณ์ของตัวเอง การลอกเลียนแบบบางครั้งก็ไม่สามารถจะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้ การสร้างทางเลือกให้กับลูกค้าหลาย ๆ อย่าง จะจูงใจให้ลูกค้าอยากทดลอง เช่น การจัดบริการการนวดไทย การออกกำลังกายด้วยการเดินอโรบิกในน้ำ โยคะ หรือการนั่งสมาธิ

ขั้นตอนที่ 2 : การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้ถึงการให้บริการ

การสื่อสารอาจกระทำได้ 2 ลักษณะ ด้วยการสื่อสารแบบทางการ (Formal Communication) และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

1. **สื่อสารแบบทางการ (Formal Communication)** จะมุ่งเน้นการใช้สื่อโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การลงโฆษณา การจัดแผ่นพับ โฆษณา การทำการส่งเสริมการขายในรูปแบบการทำกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) การทำการประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่การทำเว็บไซต์ เป็นการสื่อได้อย่างดี แต่ก็มีข้อเสียเพราะจะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากในการลงโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ
2. **การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)** การสื่อสารประเภทนี้ถือว่าสำคัญมากในการทำการตลาดสปา เนื่องจากทำให้ข้อมูลกับบุคคลใกล้ชิด เพื่อน หรือลูกค้าที่ใช้บริการอยู่แล้ว สปาเป็นบริการที่ต้องได้รับความเชื่อถือจากกลุ่มผู้ใช้บริการ การพูดปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นสิ่งสำคัญมาก ดังที่ Sawyer (Sawyer,2002) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารโดยการใช้ปากเป็นการทำการตลาดโดยใช้บุคคลอ้างอิง สามารถเพิ่มยอดขายได้ในระยะยาว

ขั้นตอนที่ 3 เข้าใจถึงลักษณะของลูกค้าและกระบวนการตัดสินใจ

การสร้างการเรียนรู้เป็นสิ่งที่มักเกิดขึ้นกับธุรกิจสปาที่ได้เจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด คนไทยส่วนมากยังไม่กล้าเข้าไปใช้บริการในสปา เพราะไม่รู้จะทำตัวอย่างไรเมื่อเดินเข้าไปในสปา การให้ข้อมูลเพื่อทำทนายในการให้ลูกค้าเป้าหมายเข้าไปใช้บริการจึงมีความจำเป็น หากลูกค้าเกิดการยอมรับในการให้บริการสปา ว่าเป็นไปตามที่ได้ยินหรือฟังมาก็ยอมทำให้เกิดความประทับใจสร้างประสบการณ์ที่ดี

ขั้นตอนที่ 4 เข้าใจมูลเหตุที่ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการสปา

การใช้บริการสปามักจะได้รับการหยิบยกขึ้นมาว่าเป็นการหาประสบการณ์ (Experience) ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการได้ขยายวงกว้างจากผู้มีฐานะทางการเงินหรือทางสังคมมีมายังกลุ่มที่มีฐานะปานกลาง โดยเฉพาะวัยทำงาน ผู้บริหารสปาจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละสาขาอาชีพ

ความต้องการอยากได้ อยากมีต่างกันบางกลุ่มอาจมีความคิดว่าการเข้าไปใช้ในบริการสปาไม่ได้ถือว่าจำเป็นอย่างยิ่ง แต่บางคนมีเพียงความต้องการอยากรู้ อยากมีประสบการณ์บ้าง แต่บางคนมีเป้าหมายในการเข้ารับบริการสปาเพื่อการใดการหนึ่ง ซึ่งผู้บริหารสปาจะต้องรู้ถึงความประสงค์ของลูกค้า

Maslow (1954) ได้ศึกษาถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ พบว่า ความต้องการพื้นฐานเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา ประกอบด้วย อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย ความปลอดภัย ความยอมรับในสังคม ความรัก สำหรับผู้ใช้บริการสปาจะต้องมีความต้องการที่มากกว่าปกติ เพราะต้องการการยอมรับในสังคม ฐานะทางสังคมบ่งบอกว่าเป็นผู้ที่มีรสนิยมในการดำเนินชีวิต การได้รับการยกย่องจากคนรอบข้างก็เป็นสิ่งที่ผู้ที่มีฐานะทางการเงินดีต้องการ

จะเห็นได้ว่าต่างคนต่างมีความต้องการที่แตกต่างกันแล้วแต่สถานะของแต่ละบุคคล สปาจึงมีช่องว่างทางการตลาดที่จะทำธุรกิจได้

นอกจากนี้ การสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้ใช้บริการมีความสำคัญอย่างมาก เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างอบ นวด กับสปา ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง หากมีทัศนคติเชิงบวกก็จะส่งเสริมให้ธุรกิจขยายไปได้ไกล แต่ถ้าตรงกันข้ามก็ต้องทำให้ธุรกิจต้องปิดตัวหรือเปลี่ยนแนวธุรกิจไปในไม่ช้า

ขั้นตอนที่ 5 ลูกค้าจะทำการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการ

การยอมรับในภาพลักษณ์และตราสินค้า หรือ Spa Brand แล้วช่วยทำให้ง่ายต่อการที่จะตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่ได้เสนอต่อผู้ใช้บริการ ภาพลักษณ์ที่ดีย่อมก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจ และสามารถจัดสรรลูกค้าได้ตามที่กำหนดภาพลักษณ์ของสปาได้ การจัดรูปแบบการให้บริการก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 6 การใช้บริการซ้ำหรือเลิกใช้บริการ

หากลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการสปา ก็จะมีการมาใช้บริการซ้ำอีก แต่ถ้าลูกค้าผิดหวังต่อการให้บริการสปา ก็จะทำให้เสียลูกค้า และทำให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ

2.2.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะ การแบ่งกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจขึ้นอยู่กับมุมมองที่ต่างกันของผู้ที่ศึกษา โดยทั่วไปกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจสปาในประเทศไทย สามารถแบ่งเป็นกลุ่มหลักๆ ได้ 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก หมายถึง นักท่องเที่ยวที่สำคัญที่มาเยือนไทยในปัจจุบันและชอบการบำบัดสุขภาพ

2. กลุ่มเป้าหมายรอง หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไทยมากขึ้น และกลุ่มที่มีแนวโน้มสนใจการบำบัดสุขภาพ

ในช่วงพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพระหว่างปี 2546 – 2549 ควรเน้นที่กลุ่มเคยเยือนเมืองไทยหลายครั้ง และ/หรือชอบเมืองไทยเป็นพิเศษ เนื่องจากมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจประเทศไทย ซึ่งผลวิจัยปี 2546 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่กลับมาเยือนเมืองไทยซ้ำตั้งแต่ 4 ครั้งขึ้นไปมีถึง 36.0 % ของผู้ตอบ 36 ราย และประมาณ 2.3 ครั้งมี 25.9%

เมื่อระบบการบริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานดียิ่งขึ้นในระดับใกล้เคียงกันทั่วประเทศตามแผนพัฒนา ปี 2550 เป็นต้นไป จึงเริ่มเจาะตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมายในกลุ่มที่มาเยือนไทยซ้ำ 1 ครั้ง ซึ่งผลการวิจัยปี 2545 มีจำนวน 38.1% ของผู้ตอบ 386 ราย โดยเน้นการสร้างความปลอดภัย และอาศัยการบอกต่อจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไทยซ้ำหลายครั้งข้างต้น

ในระยะยาวเมื่อมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมาตรฐานการบริการเพื่อสุขภาพคนไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากลตามแผนพัฒนาตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นไป จึงควรแสวงหาตลาดเป้าหมายใหม่ทั่วโลก เริ่มจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอย่างลุ่มน้ำโขง ประเทศที่มีอำนาจการซื้อสูงอย่างตะวันออกกลาง และประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นอย่างกลุ่มยุโรปตะวันออก และเอเชียใต้ โดยอาศัยการบอกต่อ และการแนะนำลูกค้าลูกค้าใหม่จากกลุ่มลูกค้าเดิมที่เคยมาเยือน และใช้บริการเพื่อสุขภาพในไทยมากกว่า 1 ครั้ง ตลอดจนการเจรจาแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลของประเทศเป้าหมายข้างต้น เนื่องจากในอนาคตประเทศไทยจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบสำคัญที่ไทยไม่สามารถผลิตหรือผลิตได้แต่ไม่คุ้มค่า และประเทศเป้าหมายดังกล่าวเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญ หากไทยปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของการค้าและการท่องเที่ยวควบคู่กันไป ประเทศไทยจะได้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งด้านการส่งออกและทดแทนการนำเข้าพร้อมกัน (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545)

ลักษณะสำคัญของกลุ่มเป้าหมายในธุรกิจสปาไทย มีดังนี้

1. มีอายุระหว่าง 25 – 24 ปี โดยเป็นเพศหญิงมากกว่าชายด้วยสัดส่วน 60 : 40 สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ แต่หลังปี 2553 เป็นต้นไป ควรให้ความสำคัญกับตลาดหญิงและชายในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้แนวโน้มผู้หญิงที่จะเดินทางเที่ยวต่างประเทศมีมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโสด มีการศึกษา มีฐานะดีหรือทำงานตำแหน่งผู้บริหารทางธุรกิจ ขณะที่ผู้ชายมีแนวโน้มรักสวयรักงามและห่วงใยสุขภาพ ตลอดจนเข้าสู่วัยเกษียณมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เยือนไทยในปี 2545 และมีประสบการณ์บำบัดสุขภาพ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 65 ปี ประมาณ 85.1 % ของผู้ตอบ 400 ราย โดย 56.7 % เป็นชาย
2. มีรายได้ระดับปานกลาง-สูง เนื่องจากการท่องเที่ยวสุขภาพเป็นธุรกิจบริการต่อเนื่องที่คิดค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่าการท่องเที่ยวพักผ่อนทั่วไป นักท่องเที่ยวที่เยือนไทยและมี

ประสบการณ์บำบัดสุขภาพที่มีรายได้ปีละ 30,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป มีมากกว่า 59% โดยนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเป็นกลุ่มอาชีพนักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญ พนักงานเอกชน หรือผู้บริหาร เจ้าของธุรกิจส่วนตัว และ/หรือเกษียณอายุ ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่า 78 %

3. เอาใจใส่สุขภาพ ชอบออกกำลังกาย หรือเล่นกีฬา ตลอดจนมีความเชื่อและสนใจการบำบัดรักษาแผนโบราณหรือตามธรรมชาติแบบตะวันออก ชอบศิลปวัฒนธรรมไทยและดูแลรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพร
4. แสวงหาการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ชอบทดลองและเรียนรู้สิ่งที่มีคุณค่าต่อชีวิต ชอบเปลี่ยนบรรยากาศในการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย การทานอาหารสุขภาพ การสัมผัสธรรมชาติบริสุทธิ์และความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแปลกใหม่ได้รวดเร็ว

ใจฮันนา แดเนี่ยลสัน และคณะ ได้กล่าวถึงกลุ่มลูกค้าสำคัญของธุรกิจสปา ในหนังสือเรื่อง Spa Tourism – Facing Future Challenges โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าปัจจุบันไว้ดังนี้

1. กลุ่มวัยรุ่นที่มุ่งความสำเร็จ (Young Achiever) เป็นวัยรุ่นชายอายุระหว่าง 25 –35 ปี มีฐานะดี ท่องเที่ยวบ่อยตามวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่
2. กลุ่มพลังสตรี (Young Power Ladies)) เป็นวัยรุ่นหญิงอายุระหว่าง 25 –40 ปี มีการศึกษาสูง มีอาชีพการงานหรือเป็นคุณแม่ที่ชอบใช้สินค้าชีวภาพหรือสินค้าเพื่อสุขภาพ (Biological and Wellness Products)
3. กลุ่มผู้บริหาร (Mature Chief Performers) เป็นคนทำงานระดับหัวหน้าหรือผู้บริหารชาย อายุระหว่าง 40 – 50 ปี มีเวลาจำกัดภายใต้แรงกดดันรอบด้าน นิยมใช้บริการสุขภาพที่รวดเร็ว และสม่าเสมอ
4. กลุ่มวัยกลางคน (Middle Age Goddesses) เป็นกลุ่มสตรีที่มีอำนาจ อายุระหว่าง 40 – 60 ปี พึ่งตนเองได้ มีความอิสระ อารมณ์ดี รอบคอบ สุขุมสดใส พึงพอใจในชีวิตสนใจบริการเพื่อสุขภาพเพื่อพักผ่อนหรือความสวยงาม
5. กลุ่มวัยทอง (Younger Senior) กลุ่มชายและหญิงที่ต้องการความกระชุ่มกระชวย ไม่อยากแก่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่อยากสวยและสุขภาพแข็งแรงเหมือนสมัยอยู่ในวัยสาว

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจสปา โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าระดับ A คือ กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดการ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีความพร้อมในการสมัครสมาชิก และมีเวลาว่างพอที่จะมาใช้บริการอย่างสม่าเสมอ

กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าระดับ B คือกลุ่มพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 40,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อปานกลาง และมีความพร้อมในการสมัครสมาชิก

กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าระดับ C คือ กลุ่มลูกค้าทั่วไป มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท เป็นกลุ่มที่สนใจใช้บริการสปา แต่ลูกค้ากลุ่มนี้อาจจะใช้บริการเพียงครั้งคราวเท่านั้น

นอกจากนี้ยังมีการวางแผนที่จะเจาะตลาดลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพ ซึ่งได้แก่

- กลุ่มนักกีฬา เต็มจำ หรือนักแสดงมืออาชีพ
- กลุ่มพนักงานในองค์กรธุรกิจ
- กลุ่มนักธุรกิจ
- กลุ่มครูและนักเรียน
- กลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยง ที่นิยมบำบัดรักษาสัตว์ตามแผนโบราณ

2.2.5 การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Spa Supply Chain Management)

ในการจัดการธุรกิจสปานั้น จะมีธุรกิจนั้นอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เนื่องจากการทำธุรกิจสปาเป็นการลงทุนที่ต้องประสานกับกับองค์กรธุรกิจหลาย ๆ ประเภท เช่น ธุรกิจที่ผลิตอุปกรณ์ในสปา ธุรกิจที่เป็นแหล่งผลิตวัสดุที่ใช้ในธุรกิจสปา เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกที่ใช้ในบริการนั้นผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยมองว่าสปาของตนเองนั้นอยู่ในระดับใด โดยข้อมูลทั่วไปมองว่าสถานประกอบการสปาที่มีอยู่ 3 ระดับด้วยกัน คือ

ระดับที่ 1 High luxury market

ระดับที่ 2 Upper middle market

ระดับที่ 3 Middle market

ทั้งนี้ ในการจัดซื้อนั้นผู้ประกอบการสปาจะต้องพิจารณาจาก ความจำเป็นในการจัดซื้องบประมาณที่มีอยู่ ในการจัดซื้อของสถานประกอบการสปานั้นแบ่งได้เป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การจัดซื้อเพื่อตกแต่งสถานที่

ส่วนที่ 2 การจัดซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับหน้า ตัว และผลิตภัณฑ์กันแดด รวมถึงเครื่องสำอาง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการบริการของสปานั้น ๆ ว่ามีอะไรบ้าง

ส่วนที่ 3 อุปกรณ์สำหรับหน้าและตัว

ส่วนที่ 4 เงินสำรองเพื่อจ่ายหมุนเวียนสำหรับเงินเดือน สิ่งพิมพ์ โฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการขายในระยะ 2-6 เดือนแรกของการเริ่มกิจการ

การพิจารณาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในสถานประกอบการสปา

การเลือกใช้อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สำหรับให้บริการแก่ลูกค้าถือว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจสปา ในการทำธุรกิจสปามองว่า วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งสถานที่ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของ

ความตั้งใจให้กับลูกค้า แต่ไม่ใช่สิ่งที่จะจับลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ ผลิตภัณฑ์บวกกับความสามารถของผู้ให้บริการต่างหาก ที่จะเป็นตัวดึงให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นประจำ

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในการให้บริการในธุรกิจสปา

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility)

ข้อพิจารณาในการสั่งซื้อ ขนาดของบริษัท ที่เป็นตัวแทนจำหน่าย Professional Product และอุปกรณ์ Professional equipment ไม่จำเป็นต้องเป็นอุตสาหกรรมใหญ่โต สิ่งสำคัญ คือ ความมั่นคงของบริษัท และการบริการหลังการขาย ตลอดแรงจูงใจในสินค้า เช่น ชื่อเสียง และความมั่นคงของบริษัทผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการสปาติดต่อก่อน

2. การฝึกอบรม (Education)

ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดของมาตรฐานที่บริษัทผู้จัดจำหน่ายจะต้องมี ข้อที่ควรพิจารณาก็คือ มีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ลักษณะของการฝึกอบรมเป็นอย่างไร ครอบคลุมในเรื่องใดบ้าง รวมถึงการจัดสถานที่ในการจัดการฝึกอบรม เคยมีความเข้าใจอย่างผิด ๆ ว่า การฝึกอบรมควรจัดให้มีขึ้นในสถานที่ของผู้ประกอบการ เช่น ที่สปา เป็นต้น แต่อันที่จริงแล้วปัญหาที่จะพบอยู่เสมอคือ ทราบได้อย่างไรว่าบริษัทผู้จัดจำหน่ายได้นำผลิตภัณฑ์ และเครื่องมือที่ใช้ประกอบการฝึกอบรมอย่างครบถ้วน หากว่ากลุ่มหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้นั้นมีจำนวนมาก และเครื่องมือมีขนาดใหญ่ นอกจากนี้ผู้เข้าอบรมเองอาจถูกขัดจังหวะ โดยหน้าที่ประจำ หรือต้องกังวลเกี่ยวกับการดูแลลูกค้าของสถานบริการนั้น ดังนั้นการฝึกอบรมในสถานประกอบการสปาจะไม่ค่อยประสบความสำเร็จ ถ้ามีการวางแผนไม่ดี

โดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพชิ้นส่วนมากค่อนข้างจะมีความสลับซับซ้อนในการใช้ ซึ่งยากที่จะเรียนรู้ได้จากการอบรมในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เพียงครั้งเดียว เป็นที่ยอมรับกันว่า ควรจะมีการฝึกอบรมอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง หรือสองครั้ง ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มยอดขายไปในตัว

3. การให้บริการ (Service)

ความสำคัญของการให้บริการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการฝึกอบรม ควรเลือกบริษัทผู้จัดทำ การติดต่อด้วยหรือไม่ หรือขาดความกระตือรือร้น ไม่ยินดีต้อนรับเมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนน้อยหรือไม่ ในกรณีที่เกิดปัญหา มีการติดต่อกลับและช่วยแก้ไขปัญหาหรือไม่ ให้คำแนะนำในการเพิ่มประสิทธิภาพ และพัฒนายอดขายหรือการให้บริการของคุณหรือไม่ สิ่งเหล่านี้คือข้อควรพิจารณาในด้านการให้บริการของบริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้สถานประกอบการสปามักนำเอาสมุนไพรมาใช้ในการให้บริการสปาด้วย ซึ่งในขณะนี้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีการขึ้นทะเบียน เป็นทั้งยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในบางครั้งทำให้เกิดความสับสนในหมู่ผู้บริโภคได้ อย่างไรก็ตามทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำลังปรับเปลี่ยนประเภทของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรใหม่ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 ยาแผนโบราณ

กลุ่มที่ 2 ยาจากสมุนไพร (แผนโบราณ)

กลุ่มที่ 3 ยาจากสมุนไพร (แผนปัจจุบัน)

กลุ่มที่ 4 ยาที่เป็นยาใหม่

สำหรับยาจากสมุนไพร (แผนปัจจุบัน) จะต้องมี การควบคุมมาตรฐานทางเคมี และมีทดลองทางคลินิก รองรับในระดับหนึ่ง ซึ่งจะเป็นการยกระดับมาจากสมุนไพรให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป และแพทย์แผนปัจจุบันมากขึ้น ดังนั้นจึงควรแยกชนิดผลิตภัณฑ์ตามความหมายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาให้ชัดเจน โดยอิงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก การให้ข้อมูลต้องแยกตามทฤษฎีการแพทย์ให้ชัดเจน บอกสรรพคุณตามทฤษฎีการแพทย์ที่ใช้

สำหรับการสมุนไพรในสถานประกอบการสปา ผู้ประกอบการจะต้องแน่ใจว่าสมุนไพรที่ใช้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ แต่เนื่องจากในประเทศไทยการใช้สมุนไพรต่าง ๆ ยังมีงานวิจัยมารองรับในเรื่องของความปลอดภัยน้อย ดังนั้นการใช้สมุนไพรในสปาจึงใช้ความรู้จากการบอกเล่าของผู้ใหญ่ที่เคยใช้แล้วได้ผล แล้วมาผสม เพื่อนำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ในสปา

อย่างไรก็ตาม ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่ ที่เป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศจะไม่นิยมใช้สมุนไพร แต่จะใช้ในการจัดวาง และตกแต่งสถานที่ เหตุที่ยังไม่ใช้ เนื่องจากสมุนไพรไทยยังไม่ได้ได้รับการศึกษาวิจัยอย่างแท้จริง ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สั่งมาจากบริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์ในสปาโดยเฉพาะ

2.2.6 ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ได้แบ่งส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาโดยแบ่งได้เป็นลักษณะเฉพาะของธุรกิจสปาได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการบริการ (Product)

บริการสปาประกอบด้วยรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส การจัดการในแต่ละด้านจะต้องแตกต่างกัน การออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการให้บริการก็แตกต่างกัน ผู้บริหารสปาจำเป็นต้องรู้องค์ประกอบแต่ละด้านว่าต้องมีการดูแลให้เกิดความเรียบร้อย และน่าสนใจต่อผู้มาใช้บริการอย่างไร การบริการพื้นฐานของสปาในลักษณะธรรมชาติบำบัดที่ผู้ประกอบการจัดไว้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การบำบัดด้วยมือ

การบำบัดด้วยมือหรือการนวด ถูกนำมาใช้ในสปาแทบทุกแห่ง การนวดจัดเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละชาติ ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป การสัมผัสไปตามกล้ามเนื้อหรือจุดต่าง ๆ บนร่างกายในลักษณะของการนวด จะช่วยให้ร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ได้รับการผ่อนคลาย

ช่วยเสริมพลังกาย พลังใจ ช่วยปรับปรุงระบบการไหลเวียนของโลหิต ระบบการทำงานของ กล้ามเนื้อและระบบประสาท ช่วยในการสลายอาหาร กำจัดของเสีย ตลอดจนบรรเทาอาการ ปวดหลัง การนวดที่มีให้บริการในสปา เช่น การนวดแบบไทย การนวดแบบสวีดิช การนวด หน้า การนวดศีรษะ การนวดฝ่าเท้า รวมถึงการนวดด้วยสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหย เป็น ต้น โดยมีรายละเอียดของการนวดด้วยมือแต่ละประเภทดังนี้

การนวดแบบไทย (Thai Massage) เป็นการแพทย์แผนไทยที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ คน สมัยก่อนเชื่อว่า ร่างกายของคนเราประกอบด้วย ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม ธาตุไฟ และอากาศ ธาตุ หากมีธาตุใดธาตุหนึ่งเสียไป ก็จะก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บได้ง่าย โดยเฉพาะอากาศธาตุ ถือ ว่าเป็นธาตุที่สำคัญที่มีความสำคัญกับการจับ การตรวจชีพจรที่ข้อมือ หน้าท้อง ในขณะที่เกิด อาการเจ็บป่วย เพื่อกำหนดว่าจะต้องนวดที่จุดใด จึงจะบำบัดอาการดังกล่าวได้

การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) เป็นการนวดเพื่อกระตุ้นระบบการหมุนเวียนของ โลหิตที่ผิวหนัง โดยใช้เทคนิคการลูบไล้ไปตามกล้ามเนื้อ มีการลูบ การเคาะ เพื่อกระตุ้นระบบ ประสาท และการเขย่าอย่างเบื่งจึ่งหวะ ปัจจุบันมีการนำพิษุขำบำบัดเข้ามาประกอบในการ นวดด้วย เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความผ่อนคลายทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์

การนวดฝ่าเท้า (Reflexology) เป็นศาสตร์และศิลป์เก่าแก่อีกแขนงหนึ่งในการแพทย์ ทางเลือก เนื่องจากฝ่าเท้าเปรียบเสมือนกระจกเงาสะท้อนสภาพ ตำแหน่งอวัยวะสำคัญทุกแห่ง ของร่างกาย การนวดฝ่าเท้าจึงเป็นการกระตุ้นการทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกาย และ สามารถแก้ไขปัญหายุขภาพได้ในระดับหนึ่ง เช่น ภาวะท้องผูก หอบหืด ความเครียด ปวด ศีรษะ ไมเกรน เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 สุนทรบำบัด (Aromatherapy)

การผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากความตึงเครียดให้กลับคืนสู่ความสมดุลด้วยกลิ่น หอมของน้ำมันหอมระเหย ซึ่งสกัดจากดอกไม้หรือพืชบางชนิดที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น กระดังงา ลาเวนเดอร์ เป็นต้น และนำน้ำมันที่ได้มานวดตัว หรือเผาไฟให้เกิดกลิ่นหอมสำหรับ ใช้สูดดม กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยที่กระจายอยู่รอบตัวผู้ใช้บริการ จะช่วยกระตุ้นสมอง ในส่วนที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอารมณ์ ช่วยลดความกังวลใจ ปัจจุบันคนส่วนใหญ่หัน มาดูแลสุขภาพกาย และสุขภาพใจมากขึ้น กอปรกับกระแสความนิยมการกลับสู่ธรรมชาติ สุนทรบำบัดจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการนำพืชหรือสมุนไพรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งทาง ร่างกายและจิตใจ ด้วยการนวด การประคบ การอบไอน้ำ การอาบน้ำ ฯลฯ โดยประโยชน์ที่ ได้รับก็คือ การลดสารพิษในกระแสโลหิตและเซลล์ผิว เสริมภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย เพื่อให้ สอดคล้องกับดุลยภาพทางอารมณ์และจิตใจ ระวังอาการกระวนกระวาย และความอ่อนล้า ทางใจ ช่วยเสริมสร้างสมาธิการทำงาน และช่วยให้ร่างกายและสมองสดชื่น แจ่มใส

รูปแบบที่ 3 วารีบำบัด (Hydrotherapy)

เป็นรูปแบบของการใช้น้ำเพื่อผ่อนคลายร่างกาย และรักษาสุขภาพโดยใช้น้ำกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต บรรเทาอาการปวด ปัจจุบันวารีบำบัดได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นทางเลือกหนึ่งในการเยียวยาตามวิถีธรรมชาติ ซึ่งวิธีการบำบัดที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมากมี 2 รูปแบบ คือ วารีบำบัดในส่วนของการออกกำลังกายใต้น้ำ และวารีบำบัดในส่วนของการสปา ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การแช่หรือการอาบน้ำ การฉีดน้ำ การอบด้วยไอน้ำ การประคบ การห่อด้วยผ้าเย็น เป็นต้น

นอกจากบริการพื้นฐานทั้ง 3 รูปแบบตามที่กล่าวมาแล้ว ผู้ประกอบการบางรายอาจจัดให้มีบริการอื่น ๆ ควบคู่กันไปด้วย เช่น โภชนาบำบัด หรือการกินอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นสารอาหารจากธรรมชาติปราศจากสารเคมี การออกกำลังกายบำบัด ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น แอโรบิก โยคะ ไทเก๊ก เป็นต้น โดยจัดให้มีครูฝึกคอยให้คำแนะนำที่ถูกต้อง ดนตรีบำบัด การใช้เสียงเพลงที่ทำให้เกิดการผ่อนคลาย และช่วยยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น

การสร้างความแตกต่างในธุรกิจสปา

รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นองค์ประกอบหลักที่ธุรกิจสปาพึงมีเพื่อความสมบูรณ์ ส่วนการจะมีอะไรเป็นทุนนั้น เป็นข้อได้เปรียบทางธุรกิจ แต่พึงหาสิ่งอื่นให้ครบถ้วน เช่น ธุรกิจสปาที่อยู่ริมทะเลได้เปรียบในเรื่องน้ำ จึงเห็นว่า ทะเล แสงแดด และทราย เป็นจุดขายของสปาอันดามัน ขณะที่เชียงใหม่มีข้อได้เปรียบในเรื่องความงามตามธรรมชาติของป่าเขาที่อุดมสมบูรณ์ มีสีสัน สายลม มีเสียงนกร้อง มีอากาศร่มเย็น มีแนวตา เมื่อเสริมด้วยการมีจิตใจที่อ่อนโยน จึงเป็นข้อได้เปรียบในการสร้างสัมผัสที่มีเสน่ห์ เป็นต้น

ธุรกิจสปาหลายแห่งสร้างความแตกต่าง โดยการนำกระบวนการของตะวันตก และตะวันออกมาผสมกัน สร้างบุคลิกของตนเองในการบริการ เน้นกิจกรรมรยาทของพนักงาน ความเป็นอยู่แบบไทย ปรับแต่งให้ถูกใจลูกค้าต่างชาติ ผู้ประกอบการหลายรายที่เห็นตัวอย่าง หรือศึกษาเรียนรู้จากตำราตะวันตก สร้างบุคลิกธุรกิจสปาแบบตะวันตก หรืออาจผสมผสานวิธีการแบบไทย จนเป็น ไทยสปา หรือบางรายอาจศึกษามาจากวัฒนธรรมไทยแท้ จากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาพื้นบ้าน จัดเป็นธุรกิจที่มีผู้ให้คำจำกัดความว่า ไทยสบาย

2. การกำหนดอัตราค่าบริการ

การกำหนดราคาแต่ละโปรแกรมในการให้บริการแก่ลูกค้าต้องคำนึงถึงต้นทุนการดำเนินการ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อาจทำได้หลายวิธี เช่น การตั้งราคาจากต้นทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการ หรือ

ตั้งราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้น บางอาจใช้เกณฑ์การตั้งราคาโดยสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่แท้จริง

สปาที่มีลักษณะเหมือนกันอาจมีการตั้งราคาที่แตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของกิจการ ในการกำหนดกลยุทธ์อาจใช้วิธีการลดราคาบริการ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายก็เป็นที่ยอมรับใช้กันมาก การกำหนดราคาสะท้อนถึงผลที่คาดว่าจะผู้ให้บริการได้รับจากการเข้าใช้บริการสปา

การกำหนดอัตราค่าบริการในธุรกิจสปาในปัจจุบันมีความหลากหลายมาก จนไม่สามารถกำหนดเป็นราคามาตรฐานได้ แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรนำมาพิจารณาในการกำหนดราคาค่าบริการสปาขององค์กร ควรมีดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ต้นทุนการดำเนินงาน

เป็นที่รู้กันว่า ต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจสปาบางรายการมีราคาค่อนข้างสูง เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการ ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างพนักงาน เป็นต้น ผู้ประกอบการควรนำต้นทุนที่เกี่ยวข้องเหล่านี้มาพิจารณาประกอบการกำหนดอัตราค่าบริการด้วย เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสปาสามารถสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการได้

ปัจจัยที่ 2 สภาพการแข่งขัน

ธุรกิจสปากำลังเติบโตและได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้สนใจใช้บริการ ผู้ประกอบการจึงควรศึกษาตลาดของธุรกิจให้ดี ทั้งสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต ตลอดจนศักยภาพของคู่แข่ง เพื่อตัดสินใจกำหนดค่าอัตราค่าบริการในราคาที่เหมาะสม

ปัจจัยที่ 3 สภาพเศรษฐกิจ

ภาวะเศรษฐกิจในแต่ละช่วงมีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงสภาพเศรษฐกิจด้วย เช่น ในภาวะเงินฝืด ค่าบริการจะต่ำกว่าปกติ เนื่องจากลูกค้ามาใช้บริการน้อยลง เป็นต้น

3. สถานที่

การเลือกสถานที่ในการดำเนินธุรกิจสปา ผู้ประกอบการควรพิจารณาให้รอบคอบทั้งทำเลที่ตั้ง การออกแบบ การจัดสรรพื้นที่ และการตกแต่งดังนี้

ทำเลที่ตั้งในการทำธุรกิจสปา

การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับการดำเนินธุรกิจสปา ผู้ประกอบการควรเลือกสถานที่ที่อยู่ในทำเลที่การคมนาคมสะดวก อยู่ในย่านธุรกิจหรือชุมชนเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติอาศัยอยู่ หรือทำเล

ที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า โรงแรม อาคารสำนักงาน หรือสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ โดยปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจสปา มีดังนี้

ปัจจัยที่ 1 สภาพแวดล้อม

ที่ตั้งของสถานบริการสปาควรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีบรรยากาศของความเป็นส่วนตัว ผู้คนไม่พลุกพล่านจนเกินไป ไม่อยู่ติดถนนใหญ่ หรืออยู่ในซอยลึกจนเกินไป สภาพแวดล้อมที่ดีมีส่วนช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้

ปัจจัยที่ 2 ความปลอดภัย

เป็นปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้น ทำเลที่ตั้งของสถานบริการสปาควรสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ว่า เมื่อเข้าใช้บริการสปาแล้วจะได้รับความปลอดภัย เช่น ที่จอดรถอยู่ไม่ไกลจากสถานบริการสปา หรือมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ปัจจัยที่ 3 ระบบสาธารณูปโภค

การดำเนินธุรกิจสปา ผู้ประกอบการจะต้องใช้ไฟฟ้า และน้ำประปาตลอดเวลา จึงต้องพิจารณาด้วยว่า สถานที่หรือทำเลที่สนใจนั้น มีปัญหาด้านระบบสาธารณูปโภคหรือไม่ เพราะหากมีปัญหาด้านนี้บ่อย ๆ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการได้

สิ่งที่ควรพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง

การเลือกทำเลที่ตั้งนั้นมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ จุดมุ่งหมายของการเลือกทำเลที่ตั้ง ก็เพื่อใช้ประกอบธุรกิจโดยคำนึงถึงกำไร ค่าใช้จ่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า ความสัมพันธ์กับคนงาน และปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย ตลอดระยะเวลาที่ยังประกอบธุรกิจนั้นอยู่ แพล่งที่ตั้งต้องเหมาะสมสำหรับธุรกิจประเภทนั้น ๆ และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการเลือกสถานที่แห่งนั้น แต่เสียค่าใช้จ่ายต่ำสุด การดำเนินธุรกิจแต่ละประเภทต่างก็มีการเลือกแหล่งที่ตั้งธุรกิจแตกต่างกัน สิ่งที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้ง มีดังนี้

- ในการเลือกทำเลที่ตั้ง ไม่สามารถเอาปัจจัยของการเลือกทำเลธุรกิจประเภทหนึ่ง ไปใช้เลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจประเภทอื่น เพราะธุรกิจแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง
- การเลือกทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการควรตั้งเกณฑ์การเลือกไว้ก่อน แล้วนำเกณฑ์นั้นไปใช้ในการเลือกพื้นที่หลาย ๆ แห่ง แต่ละแห่งผู้ประกอบการก็จะได้ข้อคิด เลือกมากแห่งก็จะได้ประสบการณ์มากขึ้น โดยเฉพาะแห่งแรกที่เลือกต้องใช้เวลาในการพิจารณาให้ละเอียด ลองเดินผ่าน หรือขับรถผ่านทำเลที่สนใจบ่อย ๆ เพื่อสังเกตดูว่ามีอะไรที่เราชอบหรือไม่ชอบ แล้วนำผลของการคัดเลือกหลาย ๆ ที่มาเปรียบเทียบกันก่อนการตัดสินใจ

- ในการเลือกทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการต้องมั่นใจว่า หากธุรกิจดำเนินไปด้วยดี เจ้าของพื้นที่จะไม่มาเรียกคืน เพื่อเอาพื้นที่นั้นไปทำเอง หรือให้คนอื่นที่เสนอราคาเช่าสูงกว่าแทน และในทางตรงกันข้าม ถ้าธุรกิจจะไม่ดี หรือมีความจำเป็นบางประการที่จะต้องไปอยู่ที่อื่น ผู้ประกอบการต้องมีอิสระทำได้อย่างเสรี หรือทำสัญญาระยะเวลาสั้น (1ปี) โดยมีสิทธิ์ทำสัญญาระยะเวลาสั้นต่อไปเรื่อย ๆ ดังนั้น การตกลงเช่าทำเลที่ตั้งที่จะทำธุรกิจ ต้องทำสัญญากับเจ้าของที่ดินในแบบที่ผูกมัด ไม่ให้ยกเลิกง่าย ๆ หรือผู้เช่ามีอื่นบอกเลิกได้ง่าย
- ไม่ควรตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะธุรกิจประเภทเดียวกัน ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ย่อมมีการแข่งขันกันมาก ใครมีอะไรดีกว่าคู่แข่งก็ย่อมอยู่รอดได้

ก่อนที่ผู้ประกอบการจะเลือกทำเลที่ตั้ง ควรวางโครงการไว้ก่อนว่าต้องการสถานที่แบบไหน โดยคำนวณพื้นที่ให้รอบคอบว่าจะใช้ส่วนไหนทำอะไรบ้าง ไม่ใช่คำนวณอย่างคร่าว ๆ ต้องคำนวณให้ชัดเจน เพราะพื้นที่ที่จะใช้ทำธุรกิจนั้นจะต้องถูกแบ่งออกเป็นสวน ๆ แต่ละสวนจะเพียงพอสำหรับความต้องการของวัตถุประสงค์นั้น ๆ หรือไม่ เพื่อจะได้นำมาพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้ง ถ้าไม่สามารถหาทำเลได้ตามความต้องการแล้ว ก็ต้องพิจารณาต่อไปอีกว่า จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้เป็นไปตามที่ ต้องการได้หรือไม่ และต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าไร

เมื่อเลือกทำเลที่ตั้งได้แล้ว จะใช้วิธีเช่า หรือซื้อก็ตาม ผู้ประกอบการต้องมั่นใจว่า ทำเลนั้นอยู่ในที่ที่สามารถทำธุรกิจประเภทนั้นได้ โดยไม่ขัดกับพระราชบัญญัติต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจบางประเภท ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความรอบคอบ และต้องตรวจสอบให้ชัดเจนก่อน

การออกแบบ

สปาเป็นสถานบริการเพื่อการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ แนวคิดสำคัญในการออกแบบสปา คือ การสร้างความสมดุลให้ กาย (Body) จิตใจ (Mind) และวิญญาณ (Soul) องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้จะรวมเป็นหนึ่งในร่างกาย เมื่อเกิดความสมดุลขึ้น จะก่อให้เกิดพลังงานในร่างกาย ช่วยให้ผู้รับบริการมีสุขภาพดี ซึ่งเป็นเป้าหมายของสปา

การออกแบบสปาตามลักษณะแนวทางการสร้างความสมดุลของคน (Human Design) จะแบ่งสปาตามองค์ประกอบออกเป็นพื้นที่ 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 พื้นที่กิจกรรม เป็นส่วนการออกกำลังกาย สุนสุขภาพ
- ส่วนที่ 2 พื้นที่ทรีทเมนต์ เป็นส่วนที่สงบ ซึ่งใช้ได้ในการเสริมสวยด้วย
- ส่วนที่ 3 ลักษณะการอบ บริการในส่วนนี้สถานบริการแต่ละแห่งจะจัดให้บริการต่างกัน เช่น ซาวน่า (Sauna) ห้องอบไอน้ำ (Stream) คลีโอพัตรา (Cleopatra) ทาลัสโซ (Thalasso) เป็นต้น
- ส่วนที่ 4 พื้นที่สนทนาการ เป็นส่วนของการพักผ่อน หลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้ว

ส่วนที่ 5 พื้นที่น้ำ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างหนึ่งของสปา ประกอบด้วย สระสปา สระน้ำวน น้ำตก หรือบรรยากาศโดยรอบสถานบริการ ที่จะเข้ามาเป็นส่วนประกอบกรณีนี้สำหรับรีสอร์ทสปา หรือสถานบริการที่มีพื้นที่เพียงพอ อาจออกแบบจัดให้มีพื้นที่ในส่วนนี้ก็ได้

ขั้นตอนในการออกแบบสปา

การหาแนวคิดในการออกแบบสปา M r.Hallwachs (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสปา ได้อธิบายไว้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์และประเมินผลที่เกิดขึ้น

การทำธุรกิจสปาจะต้องมองผลที่เกิดขึ้นตามมาในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการลงทุนพื้นที่ใช้สอย รูปแบบสถาปัตยกรรม บุคลากร และการตลาด หากสปาเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม ควรมองในส่วนอื่น ๆ ที่มีจะต้องสัมพันธ์กับสปาด้วย เช่น ห้องครัว การจัดการจะต้องเป็นไปอย่างทั่วถึง และกำหนดหน้าที่ที่ชัดเจน การปรับเปลี่ยนหน้าที่ ความรับผิดชอบบ่อย ๆ ระหว่างบุคลากรจะไม่เป็นผลดีในระยะยาว คำตอบที่จะต้องหาให้พบในการทำธุรกิจสปา คือ

- แนวทางนั้นมาถูกทางตามกลุ่มเป้าหมายลูกค้า หรือโรงแรมหรือไม่
- มีพื้นที่และเงินทุนเพียงพอหรือไม่
- ใครคือกลุ่มลูกค้าใหม่ และจะได้อย่างไร
- จะดำเนินการโครงการนี้อย่างไร

ขั้นที่ 2 แนวคิดการจัดวาง

งานสถาปัตยกรรมและบรรยากาศส่งผลกระทบต่อการใช้งานและอารมณ์ อันจะมีผลต่อการออกแบบสปา ลักษณะทางกายภาพกับจิตสังคม ต้องพิจารณาคงคู่กันไป คือ การสร้างสมดุลระหว่างกิจกรรมหนัก (Active) และกิจกรรมเบา (Passive) การออกกำลังกายและการพักผ่อน เรื่องของหลักโภชนาการ สุขอนามัย และที่สำคัญที่สุด คือ การทำให้อารมณ์และจิตใจดีสำราญ

ขั้นที่ 3 กลยุทธ์ในการวางแผน

พื้นที่การใช้งานกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความสัมพันธ์และสมดุลกัน การสร้างบรรยากาศที่เชื่อเชียวเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโครงการ เช่น การให้แสง เสียง วี ทัศน์ และแนวคิดการออกแบบตามหลักของฮวงจุ้ย เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ใช่สิ่งที่รับรองได้ว่า

โครงการจะประสบความสำเร็จหรือไม่ แต่เป็นเรื่องรายละเอียดปลีกย่อยต่างหาก ที่จะเป็นเครื่องตัดสินว่า โครงการจะประสบความสำเร็จหรือไม่

ขั้นที่ 4 การบริการที่ประทับใจ

ลูกค้าที่สูงอายุส่วนมากจะมาใช้บริการ โดยมีปัจจัยด้านความพึงพอใจในการบริการเป็นหลัก ดังนั้น บุคลากรและพนักงานทุกคนควรผ่านการคัดเลือกไม่ว่าจะเป็นในด้านประสบการณ์ และการศึกษา

ขั้นตอนที่ 5 กลวิธีการตลาด

การทำเอกสารประชาสัมพันธ์สปาด้วยการสร้างภาพเกินจริง เป็นวิธีการตลาดแบบเก่า สำหรับการตลาดแบบใหม่จะเน้นเรื่องคุณค่า และคุณค่ามูลค่าเพิ่ม (Added Value)

การจัดสรรพื้นที่ในการทำธุรกิจสปา

ภายในสถานบริการสปาควรแบ่งพื้นที่ในการใช้งาน โดยเน้นความเป็นสัดส่วนตามลักษณะพื้นที่ใช้สอย ดังนี้

พื้นที่ส่วนที่ 1 บริเวณทางเข้า (Front Entrance)

สถานประกอบการสปาควรมีพื้นที่สำหรับการเดินเข้าออกของลูกค้าได้อย่างสะดวกสบาย บริเวณนี้ผู้ประกอบการอาจจัดทำซุ้มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาให้ลูกค้าเลือกซื้อไปใช้ที่บ้าน

พื้นที่ส่วนที่ 2 ส่วนต้อนรับลูกค้า (Reception Area)

พื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ถัดจากทางเข้า ซึ่งมีพนักงานต้อนรับ (Guest Operation / Reception) ประจำอยู่ที่เคาน์เตอร์ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ประกอบการอาจจัดวางเอกสารแนะนำบริการไว้ในบริเวณเคาน์เตอร์ต้อนรับ เพื่อให้ลูกค้าได้ศึกษาก่อนเลือกใช้บริการ

พื้นที่ส่วนที่ 3 ส่วนพักผ่อนสำหรับลูกค้า (Relaxation Lounge)

บริเวณนี้จัดไว้รับรองลูกค้าที่กำลังรอรับบริการ หรือลูกค้าที่รับบริการเสร็จแล้วได้พักผ่อน โดยจัดให้มีบริการเครื่องดื่ม ผ้าร้อนซับหน้า หรือจุดตะเกียงน้ำมันหอมระเหยให้ลูกค้าได้ผ่อนคลาย สถานบริการบางแห่งอาจจัดให้มีโทรทัศน์ และนิตยสารไว้บริการลูกค้าด้วย

พื้นที่ส่วนที่ 4 ส่วนบริการลูกค้า (Treatment Area)

ห้องบริการลูกค้าควรจัดเป็นห้องส่วนตัว (Private Room) ส่วนห้องนวดฝ่าเท้าซึ่งลูกค้าสามารถใช้บริการได้พร้อมกันอาจจัดเป็นห้องรวม หรือมีฉากกั้นเป็นสัดส่วน ในกรณีที่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นเพื่อนกลุ่มเดียวกัน หรือครอบครัวเดียวกัน โดนทั่วไปห้องบริการลูกค้าแบ่งตามลักษณะการให้บริการ ดังนี้

- ห้องทำทรีทเมนต์ (Treatment Area)
- ห้องนวดน้ำมัน (Oil Massage Room)
- ห้องนวดไทยแผนโบราณ (Traditional Thai Massage)
- ห้องอาบน้ำและห้องสตรีม (Bathroom and Steam)
- ที่นั่งสำหรับนวดฝ่าเท้า (Foot Reflexology Chairs)

พื้นที่ส่วนที่ 5 ส่วนของพนักงาน

เพื่อความเป็นระเบียบของสถานบริการ พนักงานที่ไม่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าควรพักอยู่ในห้องที่จัดไว้โดยเฉพาะ ในส่วนนี้ควรมีห้องน้ำของพนักงานแยกจากส่วนของลูกค้า และเป็นพื้นที่ที่พนักงานสามารถเข้ามาพักรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานได้ผ่อนคลาย และเตรียมความพร้อมก่อนออกไปให้บริการลูกค้า พื้นที่ในส่วนนี้ของพนักงานประกอบด้วย

- ห้องประชุมพนักงาน สำหรับการประชุมปรึกษาหารือเกี่ยวกับแผนงานต่าง ๆ หรือสรุปยอดขายในแต่ละวัน
- ส่วนพักผ่อนของพนักงาน

การตกแต่งสถานที่ในสถานประกอบการสปา

การตกแต่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานบริการ ผู้ประกอบการควรสร้างแนวคิดในการตกแต่งสถานบริการให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ในกรณีที่เป็นการเช่าสถานที่ ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ในการตกแต่งด้วย ทั้งนี้การตกแต่งในสถานประกอบการสปาสามารถแบ่งได้ เป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การตกแต่งหน้าร้าน

หน้าร้านหรือด้านหน้าของสถานประกอบการสปา ผู้ประกอบการอาจออกแบบตกแต่งโดยเน้นความเป็นธรรมชาติเพื่อให้เกิดความรู้สึกสบาย ภายในสถานบริการควรใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งควรผสมผสานระหว่างไม้กับกระจก เพื่อให้เกิดความโปร่ง ทันสมัย และแข็งแรง ทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าสถานบริการเป็นสถานที่บำบัดร่างกายบริเวณรอบ ๆ สถานบริการ อาจปลูกต้นไม้เพื่อใช้สายตาจากบุคคลภายนอกก็ได้

ส่วนที่ 2 การตกแต่งห้องสำหรับการบริการลูกค้า

พื้นที่ส่วนบริการลูกค้าควรมีความเป็นส่วนตัว และจัดแบ่งให้ได้สัดส่วน ห้องต้องมีขนาดไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป หน้าต่างภายในห้องควรเป็นกระจก เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นบรรยากาศภายนอกได้ การออกแบบตกแต่งภายในห้องควรใช้โทนสีอ่อน เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ ระบบไฟฟ้าที่ใช้ภายในห้องควรปรับระดับความสว่างได้ หรือให้ความสว่างในระดับ

พอดี เพื่อให้ลูกค้าสบายตา ภายในห้องควรมีเฉพาะวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการให้บริการเท่านั้น

4. การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดถือเป็นหัวใจสำคัญของผู้จัดการสปา ที่จะทำให้อธุรกิจสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องวางแผนกลยุทธ์ทั้งระยะสั้น และระยะยาว

ผู้บริหารสปาจะต้องศึกษาพื้นที่ที่ตัวเองรับผิดชอบให้ดี การออกเยี่ยมเยียนลูกค้าเป้าหมายก็สามารถได้ผล

ปัจจุบันการขายบริการสปา อาจเป็นการบริการจำหน่ายเป็นชุด (Package) ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว หรือแม้แต่ตั้งเคาน์เตอร์ตามห้างสรรพสินค้าก็จะช่วยในการจัดช่องทางการจัดจำหน่ายได้

นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ค่อนข้างได้ผลดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์มักใช้เงินน้อยกว่าการโฆษณา แต่มีข้อเสียในส่วนที่จะทำให้คนทั่วไปรู้จักของเรานั้นต้องใช้เวลานานกว่า

การจัดทำการส่งเสริมการขายเป็นระยะ ๆ เป็นวิธีการที่ใช้กันบ่อย โดยจะได้กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ เข้ามาใช้บริการของสปา การใช้พนักงานขายให้ติดต่อลูกค้าเป้าหมายโดยตรงจะเป็นที่นิยมมากที่สุด ในกิจการสปา (Personal Selling) สิ่งสำคัญที่สุดในการทำประชาสัมพันธ์ก็คือ การสร้างการยอมรับในบริการที่มีคุณภาพ

การฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการนัดที่ดี มีความสำคัญในการรักษามาตรฐาน และต้องใช้เฉพาะพนักงานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขแล้วเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ

การอบรมพนักงานให้มีทักษะในการให้บริการเป็นสิ่งที่จะต้องอบรมสัมมนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการให้บริการ การนัด ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา

หลักการทำการส่งเสริมการขายในธุรกิจสปา

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เพราะเป็นช่องทางที่ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดการรับรู้ และสนใจข่าวสารของธุรกิจ

สปาเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาด ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสถานบริการสปาแต่ละแห่งจะเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ งบประมาณ และวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ต้องการ

โดยส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาจะต้องมีปัจจัยหลายส่วนที่โน้มน้าวใจให้มีผู้เข้ามาใช้บริการ เช่น สถานที่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ทักษะการบริการที่ดี การสื่อสารที่น่าประทับใจ ทักษะในการนัด ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ใช้วัสดุธรรมชาติในการทำทรีทเมนต์ ดังนั้นในการที่จะช่วยส่งเสริมการขายให้กับสถานประกอบการสปาได้ โดยส่วนใหญ่จะประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้

1. หาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น
2. รักษายอดขายของลูกค้าเก่าให้สม่ำเสมอ หรือหาทางเพิ่มยอดขายจากลูกค้าเก่า

หลักการพิจารณากลุ่มเป้าหมายในธุรกิจสปา ส่วนใหญ่มักพิจารณาตามปัจจัยต่อไปนี้

 - What are the age and the gender? (อายุและเพศ)
 - What is the marital status ? (สถานภาพสมรส)
 - What are the occupation and the location? (อาชีพและตำแหน่ง)
 - What is the education? (การศึกษา)
 - What is the income group? (รายได้)
 - What is the lifestyle? (การดำเนินชีวิต)
 - What time do they like to come in? (เวลาที่เข้ามาใช้บริการ)
 - How do they like to pay? (ชำระเงินอย่างไร)
 - What source of products do they buy? (ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปใช้)
 - How do they respond to new products? (สนใจผลิตภัณฑ์และทรีทเม้นต์ใหม่)
 - How do they respond to promotional ideas? (สนใจกิจกรรมส่งเสริมการขาย)
 - What are words that best describe your target market? (คำจำกัดความที่เหมาะสมที่สุดกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ)
3. การจัดหน้าร้าน (Window Display) โดยยึดหลักว่า ถ้าเป็นเดย์สปาต้องดึงดูดความสนใจผู้คนที่ผ่านไปมาโดยเด่นชัด สถานที่จะต้องสะอาด ปราศจากฝุ่นละออง และต้องดูแลทุกวัน ในสิ่งที่เสนอต่อผู้บริโภคนั้นจะต้องเป็นเนื้อหาสาระง่าย ๆ แต่ได้ผล เพื่อรักษาความสนใจของลูกค้า การจัดวางอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ควรจัดอย่างสวยงามน่าซื้อ
 - การจัดตู้โชว์สินค้า (Counter Display) โดยยึดหลักว่า การจัดเก็บสินค้าขายปลีกให้เห็นเด่นสะดุดตา มีการเน้นจุดขาย และให้ลูกค้าหยิบจับสินค้าขึ้นมาดูได้ง่าย
 - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ต้องทันสมัย วางของตัวอย่างให้ลูกค้าได้ลองใช้เพื่อทดสอบประสิทธิผล
 - การทำตลาดโดยตรง ซึ่งอาจจะมีทั้งกลุ่มลูกค้าเก่า ลูกค้าใหม่ และเป็นการเตือนให้ลูกค้าจำได้ นอกจากนี้อาจจะส่งในโอกาสพิเศษ เช่น วันแม่ วันพ่อ ฯลฯ สปาควรมีแนวคิดแสดงความยินดีเนื่องในวาระครบรอบวันเกิดของลูกค้า นอกจากนี้ถ้ามีทุนเพียงพออาจจะทำเป็นจดหมายเวียนเพื่อส่งข่าวสาร กิจกรรมของสปา เช่น ทุก ๆ 2 เดือน หรือ 2 เดือนต่อครั้ง
 - การใช้หลักการโฆษณาโดยการใช้ถุง กระดาษห่อ โบว์ และสติ๊กเกอร์

- ผู้จัดการสปาจะต้องเช็คระบบสต็อกว่ามีสินค้าเพียงพอหรือไม่ และจัดหาหรือสั่งซื้อสินค้าไว้เสริมการขาย
 - มีสินค้าให้ลูกค้าได้ทดลอง และมีของตัวอย่างแจกเพื่อทดลอง
 - สปาต้องจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนว่ามีการจัดกิจกรรมอะไรบ้าง
4. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ในส่วนนี้อาจรวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับบริการและผลิตภัณฑ์ที่สถานบริการนำมาใช้ในการให้บริการ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าใจรูปแบบบริการที่ผู้ประกอบการได้จัดเตรียมไว้
 5. การลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับผู้ประกอบการที่มีงบประมาณเพียงพอ อาจลงโฆษณาเพื่อแนะนำสถานบริการ หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายในโอกาสต่าง ๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสื่อตรงกับผู้ประกอบการต้องการ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสนใจมาใช้บริการ เช่น การลงโฆษณาเชิญชวนคู่แข่งงานให้มาใช้บริการแบบพิเศษในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นต้น
 6. การจัดงานเปิดตัวสถานบริการ เป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งในการเปิดดำเนินธุรกิจอย่างเป็นทางการ ผู้ประกอบการอาจเชิญกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย บุคคลที่มีชื่อเสียง และสื่อมวลชน มาร่วมงานเปิดตัวสถานบริการอย่างเป็นทางการ โดยจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ภายในงาน เช่น การสาธิตบริการ การมอบส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์สถานบริการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
 7. การจัดทำสิ่งพิมพ์เพื่อแนะนำสถานบริการ สิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ โปสการ์ด แผ่นพับ ฯลฯ เป็นสื่อที่ช่วยทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักสถานบริการ ผู้ประกอบการอาจติดต่อขอวางสิ่งพิมพ์เหล่านี้ในร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือแหล่งชุมชนที่คาดว่าจะมีกลุ่มเป้าหมายอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้อาจจัดรายการส่งเสริมการขาย แจ้งให้กลุ่มลูกค้าทราบผ่านสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้น เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การมอบของขวัญที่ระลึก สำหรับลูกค้าที่นำสิ่งพิมพ์นั้นมาแสดงก่อนรับบริการ เป็นต้น
 8. การจัดทำ Direct mail ผู้ประกอบการอาจจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ให้บริการบัตรเครดิต สถาบันการเงิน หรือบริษัทห้างร้านต่าง ๆ โดยมอบส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ และปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้กับสถาบันการเงินหรือบริษัทห้างร้านนั้น ๆ เช่น การชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตของสถาบันการเงินนั้น ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจจัดทำ Direct Mail เพื่อส่งเสริมการขายในโอกาสพิเศษ และเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันเกิดลูกค้า วันครบรอบการดำเนินธุรกิจของสถานบริการ วันขึ้นปีใหม่ วันแม่ เป็นต้น

9. การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าที่เข้าใช้บริการ เป็นการจัดเก็บระบบข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น ใช้บริการอะไร เมื่อไร กับพนักงานคนใด เป็นต้น ข้อมูลของลูกค้าที่จัดเก็บไว้ ผู้ประกอบการอาจนำมาใช้ในการจัดส่ง Direct Mail สำหรับการส่งเสริมการขายในโอกาสต่าง ๆ หรือการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าต้องการใช้บริการแบบเดิม ซึ่งเคยใช้บริการมาก่อนหน้านี้แล้ว
10. การรับสมัครสมาชิก เป็นวิธีหนึ่งในการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการเปิดรับสมัครพร้อมมอบสิทธิพิเศษ เช่น การลดพิเศษในการใช้บริการ การมอบของที่ระลึกแก่สมาชิก สำหรับการแนะนำสมาชิกใหม่ (Member get member) เป็นต้น
11. การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Mart) หากมีโอกาสและความพร้อม ผู้ประกอบการควรเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ในลักษณะของการออกบูธ ซึ่งจัดขึ้นตามห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เพื่อแนะนำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักสถานบริการ และทดลองใช้บริการ ซึ่งจะเป็นโอกาสในการขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น
12. การจัดทำเว็บไซต์ เป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ และการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ภายในเว็บไซต์ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของบริษัท ประเภทของบริการ อัตราค่าบริการ การจองใช้บริการ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ การติดต่อกับบริษัท รวมถึงการแนะนำหรือติชมบริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้

2.3 แนวคิดการบริหารธุรกิจสปา

ในด้านการบริหารธุรกิจสปา ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษา 2 ด้านที่สำคัญ คือ การจัดการองค์กร การจัดการด้านบุคลากร

2.3.1 การจัดการองค์กร

การจัดการองค์กรในงานวิจัยนี้ หมายถึง การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทและหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงาน

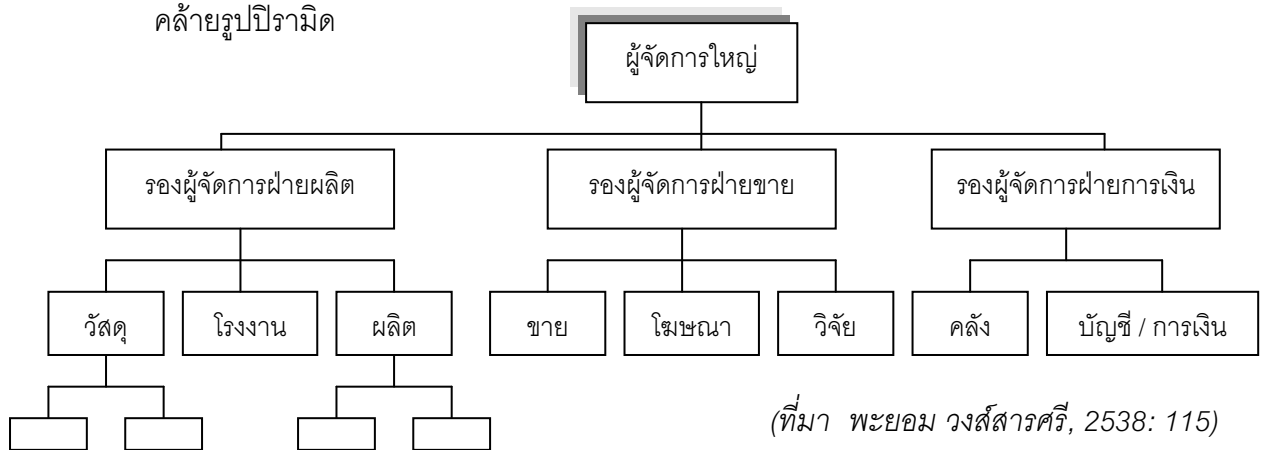
การจัดโครงสร้างองค์กรโดยทั่วไป

โดยทั่วไปการจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจต่าง ๆ มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการเลือกใช้แต่ละแบบนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความเหมาะสมขององค์กร ทั้งนี้โดยทั่วไปธุรกิจมีการจัดโครงสร้างองค์กรโดยมีแผนภูมิประกอบดังนี้

1. **แผนภูมิหลัก (Master Chart)** เป็นแผนภูมิที่แสดงโครงสร้างขององค์การทั้งหมดขององค์การว่า มีการแบ่งหน่วยงานใหญ่ๆ ออกเป็นหน่วยๆ กี่กอง กี่แผนกที่สำคัญๆ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกัน เนื่องจากแผนภูมินี้แสดงสายการบังคับบัญชาลดหลั่นตามลำดับ

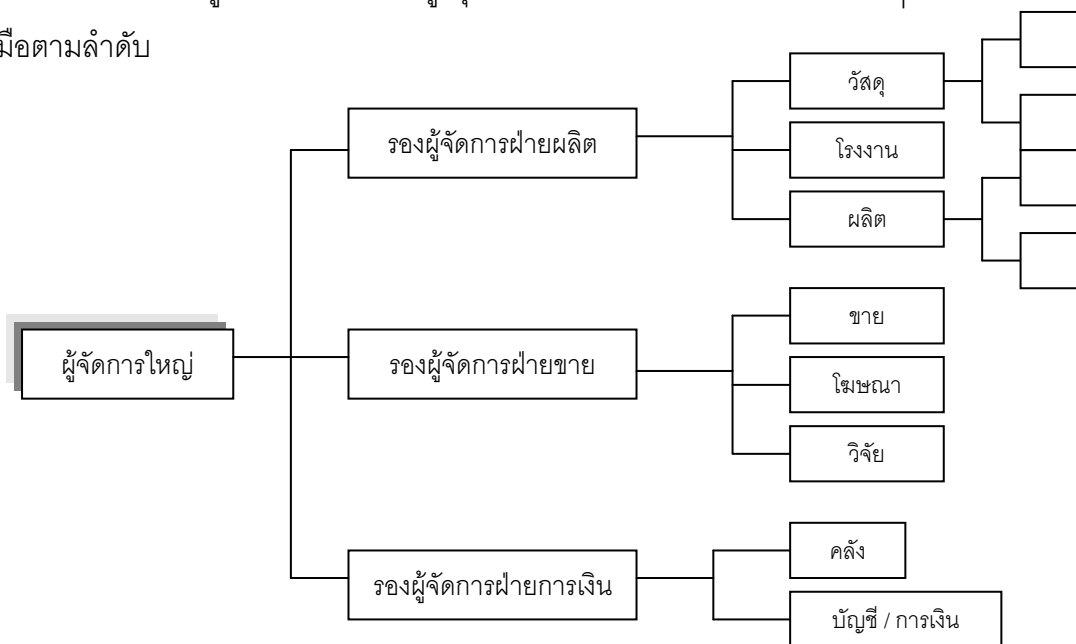
1) **แบบปิรามิด (Conventional Chart)** แบบนี้เรียกได้อีกหลายอย่างเช่น Line or Military เป็นแบบที่จัดรูปคล้ายกองทัพหรือจะเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า แบบตามแนวตั้ง (Vertical Chart)

แผนภูมิลักษณะนี้ได้กำหนดให้ตำแหน่งสูงสุด เช่น ตำแหน่งผู้อำนวยการ หรือ ผู้จัดการใหญ่อยู่สูงสุด ตำแหน่งรองๆ ลงมาก็เขียนไว้ในระดับที่ต่ำลงมาตามลำดับ ดังนั้นจะมีลักษณะคล้ายรูปปิรามิด



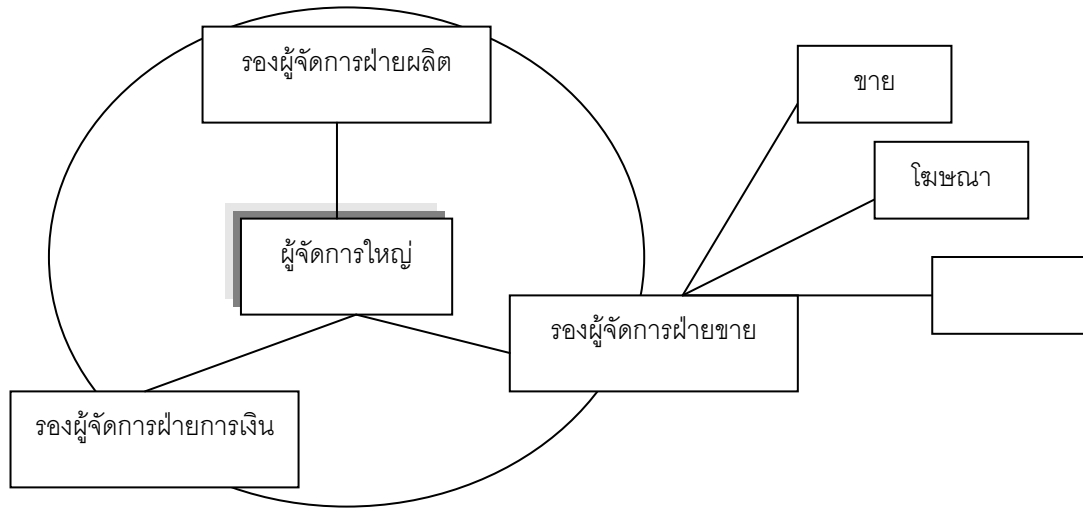
ภาพที่ 2.1 แสดงแผนภูมิหลัก แบบปิรามิด

2) **แบบแนวนอน (Horizontal Chart) หรือแบบซ้ายไปขวา (Left to Right Chart)** แบบนี้เป็นลักษณะการเขียนแผนภูมิที่แสดงตำแหน่งสูงสุดไว้ทางซ้าย และหน่วยงานระดับรองๆ เลื่อนออกไปทางขวามือตามลำดับ



ภาพที่ 2.2 แสดงแผนภูมิหลักแบบแนวนอน (ที่มา พะยอม วงษ์สารศรี, 2538: 116)

3) **แบบวงกลม (Circular Chart)** ลักษณะของแผนภูมินิพนธ์นี้แสดงเป็นวงกลม โดยกำหนดตำแหน่งสูงสุดอยู่ตรงกลาง และตำแหน่งรองๆ อยู่ในรัศมีห่างออกไปตามลำดับ



ภาพที่ 2.3 แสดงแผนภูมิหลัก แบบวงกลม (ทีมา พะยอม วงศ์สารศรี, 2538: 116)

2. **แผนภูมิเสริม (Supplementary Chart)** คือ แผนภูมิที่แสดงถึงรายละเอียดของหน่วยงานย่อยๆ ที่แยกจากแผนภูมิหลัก โดยแยกเป็นหน่วยย่อยว่ามีรูปลักษณะหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไร หรือแสดงขอบเขตความสัมพันธ์ของงานในหน่วยหนึ่งๆ ซึ่งอาจจะเป็นภายในแผนกเดียวกัน หรือเกี่ยวโยงไปยังแผนกอื่นๆ

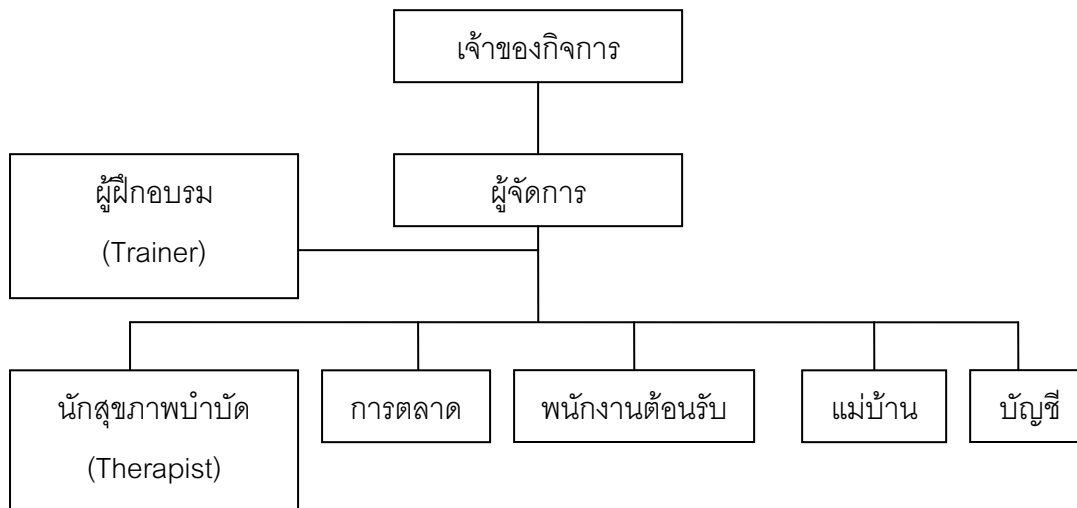
แผนภูมิเสริมแบ่งได้หลายลักษณะ เช่น

- 1) แผนภูมิแสดงการเดินของสายงาน (Work Flow Chart) หมายถึง แผนภูมิที่แสดงการปฏิบัติทางเดินของงาน
- 2) แผนภูมิการจัดรูปสถานที่ (The Layout Chart) เป็นแผนภูมิที่แสดงการจัดสถานที่ทำงาน ซึ่งหมายถึง การจัดสถานที่ตำแหน่งของงาน การจัดห้องที่ทำงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปโดยสะดวกและเรียบร้อย
- 3) แผนภูมิชื่อบุคคล (Roster Chart) เป็นแผนภูมิที่แสดงชื่อบุคคลที่ดำรงตำแหน่งทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารประสานงานและให้บริการ

รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจสปา

การจัดองค์กรมีแนวคิดได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการ และความซับซ้อนในการให้บริการ

การจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจสปาส่วนใหญ่มีลักษณะดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงโครงสร้างการจัดองค์กรในธุรกิจสปาโดยทั่วไป

การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรภายในองค์กรธุรกิจสปา

การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรมีความสำคัญมากในการจัดการบริหารให้เกิดความสงบเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพในการวัดผลการทำงาน การว่าจ้าง การให้ผลตอบแทน และสามารถวางแผนการพัฒนาสายอาชีพให้แก่พนักงานได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น การจัดหน้าที่ที่ต้องพิจารณาความเหมาะสมและความสามารถ กล่าวคือ Put the right man on the right job

ลักษณะหน้าที่การงานในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่ อาจจะมีการแยกตัวบุคลากรในแต่ละตำแหน่งหน้าที่การงาน แต่ในสปาขนาดเล็กลงมา บุคลากรเพียงคนเดียวอาจจะได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่หลายอย่าง ดังนั้น บุคลากรผู้นั้นจำเป็นต้องมีพื้นฐานความรู้หลากหลาย เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

บุคลากรภายในสถานประกอบการสปาประกอบด้วย

1. เจ้าของกิจการ หรือผู้ประกอบการ (CEO / Owner /Board of Director)

โดยทั่วไปบทบาทของผู้ว่าจ้าง หรือเจ้าของกิจการนั้นจะต้องควบคุมกิจการให้ทั่วทุกแผนก โดยจัดให้เป็นระบบ พร้อมทั้งให้อยู่ในสภาพที่ดีสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

รูปแบบการบริหารธุรกิจสปาในประเทศไทย มี 2 รูปแบบดังนี้

- 1) **สปาที่บริหารจัดการโดยโรงแรม** โดยโรงแรมได้มีการลงทุนพัฒนาสปาให้บริการในโรงแรม และจ้างพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านบริการสปามาให้บริการ
- 2) **สปาที่บริหารจัดการในรูปแบบของบริษัท** ซึ่งเป็นการบริหารจัดการโดยบริษัทที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านบริการสปา สถานประกอบการอาจจะอยู่ในโรงแรม รีสอร์ท หรือในสถานที่ที่ให้บริการสปาโดยเฉพาะ ธุรกิจรูปแบบนี้เหมาะสมกับโรงแรมที่ไม่มีเงินทุน หรือ

ผู้เชี่ยวชาญที่เข้ามาบริหารจัดการ ในขณะที่โรงแรมยังต้องแข่งขันโดยจัดหาบริการสปาให้กับแขกที่เข้าพักในโรงแรม

ภาระหน้าที่ของผู้ประกอบการสปา มีดังนี้

- 1) วางนโยบายและกำหนดทิศทางธุรกิจ (Set up policy , vision , mission of company)
- 2) กำกับ ดูแลกิจการให้เป็นไปตามนโยบาย และทิศทางที่วางไว้
- 3) จัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม
- 4) กำหนดหน้าที่หลักของแต่ละแผนก เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

2. ผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager)

ผู้ดำเนินการ หมายถึง ผู้ที่เจ้าของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ แต่งตั้งให้ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการให้บริการทั้งหมดในสถานประกอบการนั้น

บทบาทของผู้จัดการ คือ ผู้ที่มีหน้าที่บริหารงานให้บรรลุตามนโยบายของกิจการหน้าที่ของผู้จัดการจะถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ว่าจ้าง การสรรหาผู้จัดการที่เก่ง ทั้งทางด้านงานบริการ การตัดสินใจ และมีความสามารถในการบริหารงานไม่ใช่เรื่องที่ย่าง ดังนั้นในบางกิจการจะเห็นได้ว่า ผู้จัดการสปา ก็คือผู้ประกอบการสปานั้นเอง

บทบาทและหน้าที่ของผู้ดำเนินการสปา หรือผู้จัดการสปา จะมีหน้าที่กฎหมายบังคับตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) โดยเน้นว่าผู้ดำเนินการสปาต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 2.1 ด้านอายุ – ผู้ดำเนินการต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์
- 2.2 ผู้ดำเนินการต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย
- 2.3 ด้านวุฒิการศึกษาหรือประสบการณ์การทำงาน – ผู้ดำเนินการต้องมีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าประกาศนียบัตรในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหรือสาขาที่คณะกรรมการรับรอง หรือให้ความเห็นชอบ หรือมีประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมหรือชมรมผู้ประกอบการที่รวมตัวภายใต้การรับรองของกระทรวงสาธารณสุขมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี
- 2.4 ด้านความรู้ความสามารถ – ผู้ดำเนินการต้องผ่านการประเมินความรู้ ความสามารถตามที่คณะกรรมการกำหนด
- 2.5 ด้านการพิจารณาประวัติการดำเนินงาน – ผู้ดำเนินการจะต้อง
 - 1) ควบคุมดูแลกิจการของสถานประกอบการนั้นโดยใกล้ชิด และไม่เป็นผู้ดำเนินการสถานประกอบการแห่งอื่นอยู่ก่อนแล้ว ในกรณีที่เป็นผู้ดำเนินการมาก่อน แต่ถูกเพิก

ถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถ จะต้องพ้นระยะเวลานับแต่วันที่ถูกเพิกถอนไม่น้อยกว่า 2 ปี จึงจะขอประเมินความรู้ ความสามารถใหม่ได้

- 2) ด้านประวัติการถูกดำเนินคดี – ผู้ดำเนินการต้องไม่เคยเป็นผู้ได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
- 3) ด้านสุขภาพ – ผู้ดำเนินการต้องไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้ 1) โรคพิษสุราเรื้อรัง 2) โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง 3) โรคจิตร้ายแรง 4) โรคอื่นในระยะรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ ได้แก่ วัณโรคระยะติดต่อได้ ตับอักเสบชนิด บี โรคผิวหนังในระยะติดต่อ เอดส์ เป็นต้น
- 4) ด้านประวัติทางทรัพย์สิน – ผู้ดำเนินการต้องไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

2.6 ขั้นตอนในการปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงผู้ดำเนินการเพื่อสุขภาพ หรือผู้ดำเนินการขาดคุณสมบัติ หรือมีลักษณะต้องห้าม ผู้ประกอบการจะต้องจัดหาผู้ดำเนินการคนใหม่ และต้องแจ้งเป็นหนังสือให้กองการประกอบโรคศิลปะสำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตท้องที่ทราบภายใน 30 วัน นับแต่วันที่มีการเปลี่ยนผู้ดำเนินการ ในระหว่างที่ดำเนินการจัดหาผู้ดำเนินการใหม่ ให้กิจการสไปเพื่อสุขภาพนั้นประกอบกิจการต่อไปได้ แต่ไม่เกิน 30 วัน

2.7 ด้านหน้าที่รับผิดชอบ – ผู้ดำเนินการต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) ควบคุมดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการในบริการตามนโยบาย และคู่มือของสถานประกอบการนั้นโดยเคร่งครัด
- 2) จัดทำทะเบียนประวัติผู้ให้บริการและพนักงาน
- 3) จัดทำคู่มือปฏิบัติสำหรับบริการและผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผู้ให้บริการในสามารถให้บริการนั้น ๆ ได้ตามคู่มือที่จัดทำขึ้น
- 4) ประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 5) ควบคุมดูแลมิให้มีการจัดสถานที่ รูปภาพ หรือสื่อชนิดอื่น ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกผู้ให้บริการได้
- 6) ควบคุมดูแลผู้ให้บริการในสถานประกอบการมิให้มีการลักลอบ หรือมีการค้าหรือร่วมประเวณี หรือมีการกระทำ หรือบริการที่ขัดต่อกฎหมาย วัฒนธรรม ศีลธรรม และประเพณีอันดี
- 7) ควบคุมดูแลการบริการ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ และใช้ได้อย่างปลอดภัย
- 8) ห้ามมิให้ผู้ดำเนินการสไปเพื่อสุขภาพ

- รับผู้มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์เข้าทำงาน
- ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้ผู้มีอาการเมินเมาจนประพุดิ่วนวายหรือครองสติไม่ได้เข้าไปอยู่ในสถานประกอบการระหว่างทำการ
- ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้มีการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติดในสถานประกอบการ
- ยินยอมหรือปล่อยปละละเลยให้การนำอาวุธเข้าไปในสถานประกอบการ โดยฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด ดอกไม้เพลิง และสิ่งเทียมอาวุธปืน
- ผู้ดำเนินการต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวกับแรงงานโดยเคร่งครัด
- ผู้ดำเนินการต้องดูแลสวัสดิภาพ ความปลอดภัยและสวัสดิการในการทำงานของผู้ให้บริการและพนักงาน และต้องมีมาตรการป้องกันการถูกล่วงละเมิดจากผู้รับบริการ เช่น ประตูห้องบริการต้องไม่มีกอน สามารถได้ยินเสียงจากภายในได้ เป็นต้น
- ผู้ดำเนินการต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานไว้ในที่เปิดเผยและมองเห็นได้ชัดเจน ณ สถานประกอบการนั้น

2.8 ด้านการพิจารณาเพิกถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถ ในกรณีที่มีการตรวจสอบว่าสถานประกอบการใดมีผู้ดำเนินการขาดคุณสมบัติ หรือมีลักษณะต้องห้าม หรือไม่ดำเนินการตามหน้าที่ ให้คณะกรรมการผู้ตรวจสอบแจ้งต่อคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางเพื่อพิจารณาเพิกถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถของผู้ดำเนินการ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และสถานประกอบการ คือ สถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัวเพื่อสุขภาพ ต้องจัดให้มีผู้ดำเนินการหนึ่งคนเป็นคนควบคุม และรับผิดชอบในการดำเนินการสถานบริการเพื่อสุขภาพนั้น และผู้ดำเนินการนั้นต้องสามารถควบคุม ดูแลกิจการโดยใกล้ชิด และต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม เช่น ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษา หรือคำสั่งที่ชอบด้วยกฎหมายถึงที่สุดให้จำคุก ไม่เป็นโรคร้ายแรงต่างๆ และไม่เป็นบุคคลที่ไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถ สถานประกอบการต้องผ่านการประเมินงานของผู้ให้บริการ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง รวมถึงการจัดให้มีทะเบียนประวัติเกี่ยวกับผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ โดยต้องเก็บรักษาไว้ให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้ไม่น้อยกว่า 5 ปี นับแต่วันที่จัดทำ

โดยสรุป ในงานบริการสปา ซึ่งเป็นงานที่ละเอียดอ่อน ดังนั้นคุณสมบัติของผู้ที่เป็นผู้จัดการที่ดี นอกเหนือจากข้อบังคับทางกฎหมายแล้ว ควรมีลักษณะดังนี้

- 1) มีความกระตือรือร้นเกี่ยวกับธุรกิจทางด้านอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจสปา โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้ให้บริการสปา (Therapist) มาก่อน
- 2) ยินดีและเต็มใจที่จะรับฟัง และเรียนรู้เกี่ยวกับธุรกิจสปา
- 3) มีความประสงค์ที่จะแสดงได้หลายหน้าที่ในเวลาเดียวกัน เช่น พนักงานทั่วไป พนักงานต้อนรับ การติดต่อนัดหมายของเวลา และคิดคำนวณถึงการจ้างงาน
- 4) มีความอดทน และมีไหวพริบในการจัดการกับปัญหาของพนักงาน กับลูกค้า ทั้งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว
- 5) เป็นคนดีและมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอื่นดียิ่ง (มีไหวพริบ มีศิลปะทางการพูด ตรงต่อเวลา เป็นผู้ถ่ายทอดหรือผู้สื่อสารที่ดี ทำงานเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของทีมงาน)
- 6) มีบุคลิกภาพที่ดีหรือไม่มีปมด้อย

ภาระหน้าที่ของผู้ดำเนินการสปาโดยทั่วไป

- 1) ดำเนินการตามนโยบายของธุรกิจที่เจ้าของกิจการวางไว้ (Implementing Policy)
- 2) วางแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ (Strategic Planning)
- 3) ควบคุม ติดตาม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย (Controlling)
- 4) จัดการกับเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ (Dealing with complaint)
- 5) จัดตั้งงบประมาณการบริหาร (Budgeting)

3. ผู้ฝึกอบรม (Trainer or Supervisor)

ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่ จะต้องมีผู้ฝึกอบรมไว้สำหรับให้ความรู้แก่พนักงานด้านการบริการสปา ทั้งนี้ภาระหน้าที่ของผู้ฝึกอบรมในสถานประกอบการสปา มีดังต่อไปนี้

- 1) อบรมบุคลากรให้มีความชำนาญเฉพาะด้าน โดยเน้นผู้ให้บริการสปา (Therapists) เป็นสำคัญ มีการทดสอบฝีมือเป็นระยะ
- 2) นำความรู้ (Technical Know How) ใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาบุคลากร
- 3) ดูแลความเรียบร้อยโดยรวมในสปาให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ
- 4) อบรมพนักงานให้ปฏิบัติอยู่ภายใต้กรอบของกระทรวงสาธารณสุขที่กำหนดมาตรฐานของผู้ให้บริการ
- 5) ดูแลการขึ้นทะเบียนของพนักงานนวด และผู้จัดการสปาให้ถูกต้อง

4. พนักงานผู้ให้บริการ (Therapists)

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรง ซึ่งพนักงานหรือผู้เชี่ยวชาญด้านสปา มีความจำเป็นจะต้องเป็นบุคคลที่ผ่านการอบรม และมีคุณสมบัติที่

เหมาะสมกับงาน มีการศึกษาด้านวิชาชีพ มีวิชาความรู้ด้านการบริการสปาอย่างแท้จริง ทั้งนี้ โดยประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ให้บริการในสถานประกอบการสปาดังนี้

- 4.1 ผู้ให้บริการต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์
- 4.2 ผู้ให้บริการต้องได้รับการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ตามหลักสูตรจากหน่วยงานราชการ สถาบันหรือสถานศึกษาที่คณะกรรมการตรวจ และประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง หรือเป็นผู้มีประสบการณ์ทำงาน
- 4.3 ด้านสุขภาพ ผู้ให้บริการต้องไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้
 - โรคพิษสุราเรื้อรัง
 - โรคยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง
 - โรคจิตร้ายแรง
 - โรคอื่นในระยะที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน หรือโรคติดต่อในระยะร้ายแรง ได้แก่ วัณโรคระยะติดต่อ ตับอักเสบนานปี โรคผิวหนังในระยะติดต่อ เอดส์
 - ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ
- 4.4 ด้านประวัติการทำงาน – ในกรณีที่เคยเป็นผู้ให้บริการมาก่อน แต่ถูกเพิกถอนใบประเมินความรู้ ความสามารถจะต้องพ้นระยะเวลานับแต่วันที่ถูกละทิ้งไม่น้อยกว่า 2 ปี จึงจะขอประเมินความรู้ความสามารถใหม่ได้
- 4.5 ด้านหน้าที่รับผิดชอบ – ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติดังนี้
 - 1) ให้บริการแก่ผู้รับบริการตามความรู้และความชำนาญ ตรงตามมาตรฐานวิชาชีพที่ได้รับการศึกษาอบรมมา
 - 2) ไม่กลั่นแกล้ง ทำร้าย หรือก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้รับบริการ
 - 3) เก็บความลับของผู้รับบริการ โดยไม่นำข้อมูลหรือเรื่องที่ได้ยินจากผู้รับบริการไปเปิดเผยจนก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้รับบริการหรือบุคคลอื่น
 - 4) ไม่แสดงอาการขี้ขลาด กระทบอารมณ์ หรือพูดจาในทำนองให้ผู้รับบริการเข้าใจว่า ต้องการมีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการ และต้องไม่มีเพศสัมพันธ์กับผู้รับบริการหรือค้าประเวณี
 - 5) ไม่พูดจา หยาบคาย หรือล้อเล่น หรือกระทำการใด ๆ อันมิใช่หน้าที่ที่จะต้องบริการกับผู้รับบริการ โดยต้องให้บริการด้วยอาการสุภาพ อ่อนโยน
 - 6) ไม่ดื่มสุรา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือของมีเมา หรือยาเสพติด ในขณะที่ให้บริการ
 - 7) มีความซื่อสัตย์ สุจริตต่อหน้าที่ที่กระทำ และไม่ลักขโมยทรัพย์สินของผู้รับบริการ

- 8) มีความรับผิดชอบต่อตนเองโดยการดูแลสุขภาพทำให้แข็งแรง และไม่นำโรคติดต่อไปแพร่แก่ผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน
- 9) ห้ามมิให้ผู้รับบริการใส่เครื่องประดับหรือของมีค่าซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงาน
- 10) เป็นผู้ดำรงตนอยู่ในศีลธรรมอันดี

จากงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเกี่ยวกับคุณภาพบริการ พบว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความประทับใจและดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ เพราะบริการไม่มีตัวตน (Intangibility) และมีความแตกต่าง (Heterogeneity) (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545) ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องประเมินคุณภาพบริการอยู่เสมอ โดยมีประเด็นด้านคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการอยู่ 4 ประการ คือ

- 1) **ความน่าเชื่อถือ (Reliability)** หมายถึง ความถูกต้องแม่นยำของผู้ให้บริการในการให้บริการแต่ละครั้ง ด้วยเหตุนี้ การมีพนักงานบริการที่มีประสบการณ์เพียงพอในการให้บริการจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในธุรกิจสปา ขณะเดียวกันพนักงานควรได้รับการอบรมความรู้ในการบำบัดหรือบำรุงรักษาสุขภาพจากสถานศึกษาที่น่าเชื่อถือ และมีใบอนุญาต (License) เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ที่จะมารับบริการ โดยเฉพาะผู้รับบริการที่มีปัญหาปวดหลัง หรือตามอวัยวะสำคัญอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น สมาคมบำบัดของอเมริกากำหนดไว้ว่า ผู้มีสิทธิในสหรัฐอเมริกา ต้องผ่านการอบรมไม่น้อยกว่า 500 ชั่วโมง บางรัฐกำหนด 650 – 750 ชั่วโมง และต้องมีใบอนุญาต โดยต้องสอบและเสียค่าธรรมเนียมทั่วไป (Flat Fee) 150 เหรียญ และค่าธรรมเนียมอีก 25 เหรียญในแต่ละเขตที่ต้องการไปให้บริการ ส่วนในยุโรป การนวดส่วนใหญ่ไม่ใช่การนวดผ่อนคลายทั่วไป แต่เป็นการนวดรักษาและต้องอยู่ภายใต้การแนะนำของหมอ ผู้นวดจึงต้องมีใบอนุญาต ขณะที่ประเทศในเอเชียอย่างไทย ผู้นวดจำนวนมากไม่ได้ผ่านการอบรมความรู้อย่างถูกต้อง เพราะส่วนใหญ่เป็นการนวดผ่อนคลายทั่วไป อย่างไรก็ตาม กระทรวงสาธารณสุขได้เปิดหลักสูตรอบรมการนวดและการบำรุงรักษาสุขภาพประเภทต่าง ๆ ให้กับผู้สนใจ เช่น การนวดแผนไทยในเวลาอบรม 300 ชั่วโมง ในเวลา 3 เดือน ส่วนวัดโพธิ์สอนนวดแผนโบราณ และนวดเพื่อบำบัดรักษา หลักสูตรละ 30 ชั่วโมงใน 10 วัน
- 2) **การตอบสนอง (Responsiveness)** หมายถึง ความรวดเร็วของผู้ให้บริการในการบริการแต่ละครั้ง อย่างเช่น ผู้รับบริการที่มาใช้บริการสปาทั่วไป (Day Spa) ต้องการใช้เวลาประมาณ 20 นาที หรือไม่เกิน 1 วันหากเป็นแพคเกจ ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่ผู้รับบริการต้องการ
- 3) **ความแน่นอน (Assurance)** หมายถึงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการแต่ละครั้ง คุณภาพในการบริการได้มาตรฐาน ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ให้บริการได้รับ

การคัดเลือกอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อประกอบความสามารถในการบริการได้ดี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้รับบริการที่เคยประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก เช่น กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มที่มีปัญหาด้านสุขภาพ

- 4) **ความเอาใจใส่ (Empathy)** หมายถึง ความสนใจและเอาใจใส่ของพนักงานในการให้บริการผู้รับบริการที่มาใช้บริการแต่ละครั้ง เช่น ผู้ให้บริการไม่คุยกันเองระหว่างนวดให้ผู้รับบริการ แต่จะมุ่งความสนใจไปถึงความรู้สึกและปัญหาของผู้รับบริการตลอดเวลา เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ

ในส่วนประกาศกระทรวงกระทรวงสาธารณสุขเกี่ยวกับมาตรฐานสถานบริการเพื่อสุขภาพ (2547) มีจุดสำคัญที่ว่า ผู้ให้บริการต้องผ่านการอบรม สถานประกอบธุรกิจสปาต้องมีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการทุกคนได้ผ่านการพัฒนาหรือฝึกอบรมให้สามารถให้บริการในรายการที่มีหน้าที่ให้บริการนั้น

โดยสรุปคุณสมบัติของผู้ให้บริการสปาที่ดีควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ความสามารถในงานที่ทำอย่างแท้จริง และผ่านการอบรมด้านวิชาชีพนี้โดยตรง
2. มีความกระตือรือร้น ทุ่มเทให้กับงาน
3. ยินดีและเต็มใจในการเรียนรู้ และพัฒนาทักษะการทำงาน
4. มีกิริยามารยาทประพุดิตนดี ไม่ก้าวร้าว
5. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และติดต่อสัมพันธ์
6. มีใจรักงานบริการ

การปฏิบัติต่อพนักงานเหล่านี้จะต้องมีวิธีการที่สามารถยืดหยุ่นได้ในการทำงาน ให้พนักงานรู้สึกเป็นสุขที่ได้เป็นสมาชิกของของกลุ่มขององค์กร บางครั้งอาจจะมีการกำหนดหน้าที่ให้แตกต่างกันออกไปในแต่ละวัน แต่ต้องให้พนักงานควบคุมตนเองให้ดี และรักษาความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยไม่มีข้อบกพร่องเกิดขึ้น

ภาระหน้าที่ของผู้ให้บริการสปา

โดยทั่วไปภาระหน้าที่ของผู้ให้บริการสปา มีดังนี้

- 1) ให้บริการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 2) ดูแลรับผิดชอบความสะอาด รักษาในส่วนที่ได้รับมอบหมาย
- 3) ให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการในเรื่องการปฏิบัติตน เพื่อเตรียมความพร้อม ก่อนระหว่าง หลังการเข้ารับบริการ เพื่อให้ได้ผลที่ดีที่สุดตามหลักของแต่ละทรีทเมนต์
- 4) พัฒนาทักษะ องค์ความรู้ในงานบริการที่ตนรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ
- 5) ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ จรรยาบรรณของผู้ให้บริการสปา และทำตามที่กฎหมายกำหนด

5. เจ้าหน้าที่การตลาด (Marketing and Public Relations)

ในสถานประกอบการสปาขนาดเล็ก ผู้ประกอบการสปา หรือผู้จัดการสปาจะทำหน้าที่ในส่วนของการตลาดด้วย เพื่อเป็นการลงงบประมาณในการว่าจ้างบุคลากร ส่วนในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีเจ้าหน้าที่ทางการตลาดเข้ามา โดยเจ้าหน้าที่ทางการตลาดในธุรกิจสปาโดยทั่วไปมีภาระหน้าที่ดังนี้

- 1) วางแผนกลยุทธ์และเป้าหมายทางการตลาดให้เป็นไปตามนโยบาย เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด การจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาด
- 2) ปฏิบัติตามกลยุทธ์และแผนที่วางไว้
- 3) ดูแลเว็บไซต์
- 4) ดูแลให้ข้อมูลทาง อีเมลล์

6. พนักงานต้อนรับ (Reception)

พนักงานต้อนรับนับเป็นด่านแรกของการพบปะลูกค้าในสปา บทบาทนี้จึงมีความสำคัญมากที่สุด พนักงานในตำแหน่งนี้จะต้องได้รับการอบรมมาเป็นอย่างดี ต้องมีบุคลิกภาพที่ดี และมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยม รวมทั้งไม่มีข้อบกพร่องใด ๆ รวมทั้งความรู้ความเข้าใจในบริการต่าง ๆ ทุกทรีทเมนต์ สามารถตอบข้อซักถาม และพนักงานต้อนรับที่ดีควรมีประสบการณ์ของการเป็นผู้ให้บริการสปามาก่อน

โต๊ะของแผนกต้อนรับ คือ จุดศูนย์รวมของระบบการจัดการในสปา การทำงานของทุกคน จะถูกกำหนดขึ้นตามสมุดนัดหมาย ของแต่ละวัน โดยลูกค้าประจำจะมีการนัดหมายไว้ล่วงหน้า ส่วนลูกค้าใหม่ที่สอบถามเข้ามาก็สามารถตรวจสอบตารางเวลาที่ว่างของผู้ให้บริการสปา และทำการนัดหมายเพื่อขอจองเวลาในการทำทรีทเมนต์ ความสำเร็จที่เพิ่มขึ้นมากของธุรกิจจะเริ่มต้นที่แผนกต้อนรับ ดังนั้น การสร้างความประทับใจที่ดีเมื่อแรกพบจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ความรู้สึกที่ดีนั้นคงอยู่ยาวนานเท่านั้น

ความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบมักจะคงอยู่ยาวนานเท่านั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่พนักงานต้อนรับจะต้องแสดงภาพลักษณ์ที่ดี และสิ่งที่แสดงออกของสปา ลูกค้าแต่ละคนย่อมสัมผัสได้ด้วยความรู้สึกที่พิเศษ พนักงานต้อนรับจะต้องรับผิดชอบส่วนที่สำคัญ 5 ข้อดังต่อไปนี้

- ดูแลลูกค้า
- ทำการบันทึกนัดหมาย
- ให้ข้อมูลการให้บริการแก่ลูกค้า พร้อมตอบข้อซักถาม
- ทำประวัติลูกค้า
- แนะนำสปาเมนู

- การให้คำแนะนำ ปรีกษาด้านการดูแลสุขภาพ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติตนของแต่ละทรีทเมนต์
- ประสานงานแผนกที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างราบรื่น
- จัดการเกี่ยวกับการชำระเงิน ออกใบเสร็จรับเงิน ทำระบบชำระเงินให้ถูกต้อง ตรวจสอบได้
- ทำรายงาน รายรับประจำวัน และการใช้บริการประจำวัน
- ดูแลความเรียบร้อยในบริเวณ Front Desk และ Retail Shop

ภาระหน้าที่ทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับลูกค้าที่เข้ามาพบโดยตรง หรือโดยทางโทรศัพท์ ซึ่งภาระดังกล่าวรวมไปถึงการให้ การรับ และการบันทึกข้อมูล ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ในที่นี้จะเน้น การดูแลลูกค้า และการทำบันทึกการนัดหมาย

6.1 การดูแลลูกค้า

พนักงานต้อนรับควรปฏิบัติดังนี้

- 1) ต้อนรับและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าเมื่อมีข่าวของติดมือมา และนำไปเก็บรักษาให้
- 2) แจ้งให้ลูกค้าทราบว่าต้องคอยนาน มากน้อยแค่ไหน
- 3) ให้ความสะดวกสบายและดูแลเอาใจใส่แก่ลูกค้าขณะที่นั่งคอย จัดหานิตยสาร และเครื่องดื่มไว้รับรอง
- 4) เมื่อลูกค้าทำทรีทเมนต์เสร็จ ต้องคอยแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้านำไปใช้อย่างต่อเนื่องที่บ้าน และจัดการนัดหมายครั้งต่อไป
- 5) ช่วยเหลือลูกค้าโดยส่งมอบข่าวของที่ได้เก็บรักษาไว้ให้ อย่าลืมกล่าวย้าให้ลูกค้าทราบว่า คุณรู้สึกยินดีที่ได้ให้บริการแก่เขา เช่น “ขอบคุณนะค่ะ ที่แวะมาในวันนี้ หวังว่าคงได้พบกันอีกตามเวลาที่นัดไว้ นะค่ะ” ถ้าเป็นไปได้ ส่งลูกค้าและกล่าวคำ “สวัสดีค่ะ”
- 6) จัดบริเวณต้อนรับให้สะอาดเรียบร้อย เพื่อพร้อมรับลูกค้ารายต่อไป
- 7) จัดการลงบันทึกใบประวัติ และอย่าลืมโทรศัพท์เพื่อติดตามผลใน 3 วัน

6.2 การบันทึกการนัดหมาย

พนักงานต้อนรับจะต้อง

- 1) แน่ใจว่าบริเวณโต๊ะต้อนรับมีสมุดนัดหมาย บัตรนัด ปากกา ดินสอ ยางลบ และไม่บรรทัด
- 2) เตรียมสมุดนัดหมายไว้ล่วงหน้า 2- 3 อาทิตย์ เพื่อจะได้ทราบวันและเวลาว่างของพนักงาน
- 3) เมื่อการนัดหมายเป็นที่ตกลงกันแล้ว ให้กรอกรายละเอียดลงสมุดนัดหมายด้วยดินสอระบุชื่อลูกค้า หมายเลขโทรศัพท์ และทรีทเมนต์ หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ

- 4) ทำบัตรนัดให้ลูกค้า โดยบันทึกรายละเอียด วัน เวลา และพนักงานที่จะให้บริการด้วยปากกา
- 5) ตรวจเช็คความถูกต้อง ทั้งสมุดนัดหมายและบัตรนัดให้ตรงกัน ก่อนจะส่งมอบบัตรนัดให้แก่ลูกค้า
- 6) โทรศัพท์เตือนลูกค้าก่อนถึงวันนัด เพื่อให้ลูกค้าลืมเวลานัด
- 7) เมื่อลูกค้ามาถึงตามวันเวลาที่ได้นัดหมาย ให้ขีดเส้นทแยงด้วยดินสอในสมุดนัดหมายตรงรายละเอียดที่ได้ลงไว้
- 8) เมื่อลูกค้ารับบริการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้ขีดเส้นทแยงมุมด้านตรงกันข้ามที่ได้ขีดไว้แล้ว

บางครั้งลูกค้าเข้ามาโดยไม่ได้คาดคิด ก็สามารถที่จะตรวจสอบเวลาว่างของพนักงานได้จากสมุดนัดหมาย พนักงานต้อนรับควรที่จะเช็คความแน่นอน ก่อนที่จะลงบันทึกรายละเอียดของลูกค้าเอาไว้ในสมุดนัดหมายเช่นกัน

6.3 ขั้นตอนการให้ข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์

ปัจจุบันโทรศัพท์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินงาน รวมทั้งในการดำเนินชีวิต นอกจากนี้ลูกค้าหลายคนนิยมใช้โทรศัพท์ในการติดต่อครั้งแรก พนักงานต้อนรับที่ดีต้องไม่ลืมว่าการติดต่อทางโทรศัพท์ทุกรายย่อมต้องมีสักรายหนึ่งที่เป็นลูกค้าเป้าหมายในอนาคต พนักงานต้อนรับควรจะต้องมีเทคนิคในการตอบข้อซักถามทางโทรศัพท์ ดังต่อไปนี้

- 1) ควรรับโทรศัพท์ทันที เมื่อสัญญาณดังขึ้นในครั้งที่สอง หรือสาม เพื่อที่จะได้ไม่ทำให้ผู้ที่โทรศัพท์มาเกิดความรู้สึกกระวนกระวาย
- 2) ให้ความเป็นกันเอง กล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ” แจ้งชื่อสถานที่ทำงาน และชื่อผู้รับโทรศัพท์ ถามชื่อลูกค้าที่โทรศัพท์มา และจดบันทึกลงไป เพื่อที่จะได้ใช้เรียกขานตลอดการสนทนาต่อไป
- 3) ยิ้มเมื่อยกหูโทรศัพท์ขึ้นมา สำหรับผู้ที่โทรศัพท์มา เสียงของคุณ คือ ตัวคุณ การยิ้มจะส่งไปตามสายได้ในทันที และผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาสามารถสัมผัสได้
- 4) มีความกระตือรือร้น จงถามไปว่ามีอะไรให้ช่วยเหลือ ความกระตือรือร้นจะแสดงให้เห็นว่าติดต่อรู้สึกได้ว่าคุณเต็มใจให้ความช่วยเหลือ
- 5) ฟังอย่างตั้งใจ เป็นการเสียมารยาทที่จะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่า คุณกำลังทำบางสิ่งบางอย่าง หรือกำลังพูดกับใครบางคนอยู่ เพราะการกระทำดังกล่าว อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า คุณไม่ได้ให้ความสนใจเท่าที่ควร

- 6) สร้างความประทับใจเมื่อเสร็จสิ้นการสนทนา จงจำไว้เสมอว่า สำหรับผู้ที่โทรศัพท์เข้ามา นั้น มักจะเข้าใจว่าคุณคือตัวแทนของสปา ดังนั้นต้องย้ำถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่ได้มีการตกลงกันได้ และกล่าวขอบคุณที่โทรศัพท์เข้ามาติดต่อ

7. แม่บ้าน (Spa Attendant)

ทุกสถานประกอบการสปาจะมีแม่บ้านซึ่งรับหน้าที่ในการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่ จำนวนแม่บ้านมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของสถานประกอบการสปา ในส่วนของรีสอร์ทสปา แม่บ้านมักจะสังกัดกับโรงแรมหรือรีสอร์ท โดยมีการแบ่งหน้าที่กับผู้ให้บริการสปาอย่างชัดเจน ในส่วนของเดย์สปา แม่บ้านจะเป็นของสปาเอง ภาระหน้าที่ของแม่บ้าน ประกอบด้วย

- ดูแลความสะอาดเรียบร้อย สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในสปา
- ดูแลความสะอาดเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุสิ้นเปลือง
- ดูแลซัก อบรีด
- ให้บริการเครื่องตีม (จัดเตรียม ต้มเครื่องตีม เสิร์ฟ) ผ้าร้อน ผ้าเย็น
- จัดเก็บอุปกรณ์ ผ้า ที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสม
- ในกรณีที่มีลิฟต์คอกเกอร์ให้ผู้ให้บริการเก็บของส่วนตัว หรือเปลี่ยนชุด บางแห่งอาจจะแยกให้แม่บ้านดูแลกุญแจลิฟต์คอกเกอร์ด้วย
- ดูแลเปิด ปิดสปาทามเวลาที่กำหนด
- จัดดอกไม้ ของประดับประดาในสปาให้เป็นไปตามมาตรฐาน
- ดูแลส่วนออกกำลังกาย หากมีส่วนออกกำลังกายในสปานั้น

8. พนักงานธุรการ (Admin, Accountant)

พนักงานธุรกิจเปรียบเหมือนส่วนสำนักงานของสถานประกอบการสปานั้น ๆ จึงมีความสำคัญในส่วนที่เป็นดูแลจัดการการทำงานของสปาให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น ภาระหน้าที่ของพนักงานธุรการมีดังนี้

- จัดสรร คัดเลือกพนักงานในตำแหน่งที่ว่างลง หรือขาดไป โดยต้องมีวิธีการทดสอบความรู้เบื้องต้นเฉพาะแต่ละตำแหน่ง เพื่อให้ได้พนักงานที่เหมาะสม
- พัฒนาบุคลากร
- ประเมินผลงานบุคลากร
- จัดจ้าง กำหนดค่าตอบแทน รวมทั้งจ่ายเงินเดือน จัดซื้อ จัดหา
- คুমสินค้ำคงคลัง
- ทำบัญชีมาตรฐาน ประกันสังคม ต่อใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการ

- ทำรายงาน และนำส่งรายงานตามระเบียบราชการ เช่น สรรพสามิต สรรพากร ประกันสังคม
- ดูแลจัดการบริหารระบบสารสนเทศ (IT)
- ทำบัญชีงบดุล
- ตรวจสอบตราดูแลให้มีการซ่อมหนีไฟ ตรวจสอบเครื่องมือดับเพลิง ทางหนีไฟ และข้ออื่น ๆ ตามข้อกำหนดของกฎหมาย

อย่างไรก็ตามสถานประกอบการสภายังอาจจะมีฝ่ายอื่น ๆ อีก ซึ่งขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ประกอบการสภายามีความจำเป็นต้องมีฝ่ายใด ในสภายขนาดใหญ่จะมีการแยกฝ่ายออกเป็นหลายส่วน เช่น ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายผู้ให้บริการสปา ฝ่ายแม่บ้าน ฝ่ายสตรี ฝ่ายช่างเทคนิค ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบุคคล ฝ่ายโภชนาการ ฝ่ายกิจกรรมทางสุขภาพ เป็นต้น สภายประเภทนี้มักใช้เงินลงทุนสูง

ส่วนในสถานประกอบการสพขนาดเล็กนั้น ผู้ดำเนินการสปาจะต้องรับหน้าที่เกือบทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ในสพขนาดเล็กมีเฉพาะส่วนต้อนรับ และส่วนบริการสปา ผู้ดำเนินการสปาจะต้องมีความรู้ทุกด้าน ทั้งทางด้านการตลาด การบริการ รวมทั้งทักษะการนวดต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการคัดสรรบุคลากรที่เข้ามาในหน่วยงานว่ามีความรู้จริงหรือไม่

2.3.2 การจัดการด้านบุคลากรในธุรกิจสปา

การศึกษาทางด้านการจัดการบุคลากรในธุรกิจสปานั้น ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

- การสรรหา และคัดเลือกบุคลากรของธุรกิจสปา
- การคิดค่าตอบแทน เงินเดือนบุคลากรของธุรกิจสปา
- การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา

การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรของธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกระบวนการคัดเลือกพนักงาน เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างคุณภาพสำหรับองค์กรในอนาคต โดยทั่วไปผู้ประกอบการจะคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติตามที่ตนกำหนดไว้ เพราะจะทำให้พนักงานเรียนรู้งานได้เร็ว และทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้ในระยะเวลาอันสั้น ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ของงานได้ดีกว่า

ขั้นตอนของการคัดเลือกพนักงาน

ขั้นที่ 1 การกรอกใบสมัคร ให้ผู้สนใจสมัครงานกรอกรายละเอียดในแบบฟอร์มใบสมัครงานของสถานบริการ ผู้ประกอบการสามารถตัดตัวผู้สมัครในเบื้องต้นจากใบสมัครงาน ซึ่งจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติส่วนตัว วุฒิการศึกษา และประวัติการทำงาน โดยผู้ประกอบการอาจทำการสัมภาษณ์ในเบื้องต้น ในวันที่ผู้สนใจมากรอกใบสมัครเลยก็ได้ เพื่อตรวจสอบว่าผู้สนใจใช่เป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการหรือไม่

ขั้นที่ 2 การทดสอบ หลังจากพิจารณาใบสมัครแล้ว ผู้ประกอบการอาจจัดให้มีการทดสอบข้อเขียน เพื่อวัดความรู้ในเชิงวิชาการ บุคลิกภาพ และทักษะด้านต่าง ๆ ของผู้สมัครว่าเหมาะสมที่จะทำงานในตำแหน่งนั้น ๆ หรือไม่ เช่น การทดสอบความรู้ด้านกายวิภาค (Anatomy) สำหรับพนักงานบริการ หรือการทดสอบภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานต้อนรับ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การสัมภาษณ์ เป็นการนำข้อมูลต่าง ๆ ของผู้สมัครมาประเมินร่วมกับข้อมูลจากใบสมัครหรือผลการทดสอบข้อเขียน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจอย่างเหมาะสม การสัมภาษณ์อาจเป็นการพูดคุยทั่วไปหรือถามแบบเจาะลึก เช่น การสอบถามถึงประสบการณ์ในการบริการลูกค้า ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบระหว่างปฏิบัติงาน และวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เป็นต้น

ขั้นที่ 4 การคัดเลือกเพื่อบรรจุ เป็นการพิจารณาขั้นสุดท้าย โดยพนักงานบุคคลจะส่งข้อมูลให้ผู้จัดการสปา หรือผู้ประกอบการเป็นผู้พิจารณาตัดสินใจว่า จะรับผู้สมัครเข้าทำงานหรือไม่

การสรรหาพนักงานเป็นการดำเนินกิจกรรมหลาย ๆ อย่าง ที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นเพื่อจูงใจผู้สนใจ ที่มีความรู้ความสามารถ และมีทัศนคติที่ดี ให้มาทำงานด้วย สำหรับวิธีการสรรหาพนักงานผู้ประกอบการอาจใช้การลงประกาศรับสมัครงานจากสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของสถานบริการ เป็นต้น โดยระบุคุณสมบัติที่ต้องการในแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความสามารถพิเศษ ประสบการณ์ในการทำงาน เป็นต้น หรือรับสมัครนักศึกษาที่จบจากสถาบันการศึกษาของรัฐหรือเอกชน หรือพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงานมาแล้ว หรือรับสมัครผ่านบริษัทจัดหางาน หรือบริษัทที่ให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจสปาได้

การคิดค่าตอบแทน เงินเดือนบุคลากรของธุรกิจสปา

ค่าตอบแทน ค่าจ้าง หรือเงินเดือนที่จ่ายให้พนักงานถือเป็นต้นทุนอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ การคิดค่าตอบแทนให้พนักงานควรสอดคล้องกับความรับผิดชอบ ความรู้ความสามารถของพนักงาน สภาพการจ้างงานในตลาดแรงงาน ค่าครองชีพ และถูกต้องตามกฎหมายเกี่ยวกับการจ้างแรงงานต่างๆ ด้วย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานเป็นรายเดือนในรูปของเงินเดือน ส่วนการจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานบริการ ผู้ประกอบการบางรายอาจกำหนดไว้ดังนี้

1. การจ้างพนักงานบริการแบบรายเดือน เป็นการจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานบริการในรูปของเงินเดือน พนักงานบริการแต่ละคนจะได้รับเงินเดือนเท่ากัน ประมาณ 7,000 – 10,000 ต่อเดือน ไม่ว่าจะสถานบริการจะมีลูกค้ามากหรือน้อยก็ตาม

2. การจ้างพนักงานโดยคิดค่าจ้างพิเศษ เป็นการจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานบริการ โดยพิจารณาจากอัตราค่าบริการในแต่ละโปรแกรม ส่วนสถานบริการจะหักค่าใช้จ่ายที่เปอร์เซ็นต์นั้นขึ้นอยู่กับการตกลงกันระหว่างพนักงานบริการและผู้ประกอบการ แต่ส่วนใหญ่จะหักประมาณ 10 – 20 %

สำหรับสถานบริการบางแห่งที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาให้กับลูกค้าซื้อใช้เองที่บ้าน ผู้ประกอบการอาจคิดค่าคอมมิสชั่นให้พนักงานเป็นการตอบแทนด้วยก็ได้

การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา

ในการทำธุรกิจสปานั้น บุคลากรทุกส่วนมีความสำคัญต่างกันออกไปตามภาระหน้าที่ แต่โดยทั่วไปธุรกิจสปาที่มีบุคลากรที่สำคัญ 2 ส่วน คือ ผู้ดำเนินการสปา และผู้ให้บริการสปา ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จะเน้นในการพัฒนาผู้ดำเนินการสปา และผู้ให้บริการสปา ซึ่งเป็นบุคลากรที่จะต้องมีความรู้ในสถานประกอบการทุกขนาด และทุกแบบ และถือว่าเป็นบุคลากรที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจสปา

การฝึกอบรมพนักงานนับเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ การฝึกอบรมจะทำให้พนักงานเก่ามีโอกาสได้พัฒนาความรู้ความสามารถที่ดีที่สุดตลอดเวลา ทำนองเดียวกันพนักงานใหม่ก็จะมีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในสังคมยุคปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางวิทยาการมาก การฝึกอบรมพนักงานจึงมีความสำคัญยิ่งกว่าแต่ก่อน การฝึกอบรมพนักงานสำหรับธุรกิจสปา สามารถทำได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมโดยการจ้างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขามาเป็นผู้ฝึกสอนและให้ความรู้แก่พนักงาน เช่น แพทย์ทางกายภาพบำบัด แพทย์แผนไทย วิทยากรที่มีความชำนาญด้านการนวด เป็นต้น เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้เป็นผู้ฝึกสอน ให้ความรู้ และเทคนิคใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน ผู้ประกอบการสามารถเลือกหลักสูตรการอบรมที่เหมาะสมกับพนักงานได้ เช่น การจัดให้พนักงานบริการเข้าอบรมในหลักสูตรการนวดน้ำมันเพื่อสุขภาพ หลักสูตรการดูแลสุขภาพด้วยวิธีธาราบำบัด หรือการจัดให้พนักงานต้อนรับเข้าอบรมในหลักสูตรการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เป็นต้น
2. การเปิดหลักสูตรการสอนวิธีการนวดเอง ผู้ประกอบการอาจเปิดรับสมัครผู้ที่สนใจจะทำงานในสปา แล้วทำการฝึกอบรมพนักงานเองจนครบหลักสูตรที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงจัดให้พนักงานเข้าทำงานในสปาของตน กรณีที่ผู้ประกอบการมีความรู้ ความสามารถในการนวด อาจเปิดสอนความรู้ในธุรกิจสปาในรูปแบบของสถาบันได้ ขณะเดียวกันก็เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการได้มองหาผู้ที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาร่วมงานด้วย

ในส่วนของการพัฒนาผู้ดำเนินการสปานั้น ส่วนมากจะไปเกี่ยวข้องกับประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้านเรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) ซึ่งรายละเอียดได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งรายละเอียดในประกาศกระทรวงจะบอกกล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ดำเนินการสปา และหลักเกณฑ์ในการดำเนินงานของผู้ดำเนินการสปา

ในส่วนของการพัฒนาบุคลากรด้านผู้ให้บริการสปา (Therapists) นั้น จะมีการพัฒนาและให้ความรู้ ทักษะเพิ่มเติมแก่ผู้ให้บริการสปาอยู่ 3 ด้าน คือ

1. การฝึกอบรมด้านการนวด
2. การอบรมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ
3. ศิลปะการให้บริการสปา

การฝึกอบรมด้านการนวด

การฝึกอบรมด้านการนวดนั้น ผู้ให้บริการสปาส่วนใหญ่จะต้องได้รับการพัฒนาโดยได้รับความรู้ในการนวด โดยทั่วไปการนวดในสถานประกอบการสปา มีหลักการพื้นฐานดังนี้

- ผู้ให้บริการสปาควรดำเนินการตามรายละเอียดที่ได้จากการให้คำปรึกษา ทำให้สามารถวางแผนการนวดให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม
- ผู้ให้บริการสปาต้องรักษาลักษณะท่าทางและจังหวะให้สม่ำเสมอ ท่านวดควรเป็นไปอย่างช้า ๆ และนุ่มนวลอย่างมีจังหวะ ยกเว้นการนวดแบบ Tapotement และมือจะต้องมีการยืดหยุ่นตลอดเวลา นวด รวมทั้งมือจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามลักษณะเรือนร่าง และเนื้อผิวของผู้ใช้บริการสปา
- ปรับน้ำหนักของการนวดให้เหมาะสมกับบริเวณที่นวด และให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ไม่ควรใช้น้ำหนักมากเกินไป
- สัมผัสลูกค้าตลอดเวลาขณะทำการนวด แม้ขณะที่จะต้องหยิบเครื่องใช้และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด ให้พยายามรักษาสัมผัสให้ต่อเนื่อง

ในการนวดของสปานั้น ส่วนใหญ่ ประกอบด้วย การ

- นวดตัว
- การนวดแบบสวีดิชซึ่งประกอบด้วย การนวดเท้า นวดขา นวดแขน นวดบริเวณหน้าอก นวดหน้าท้อง การนวดขาด้านหลัง การนวดหลัง จุดจักระ การนวดกล้ามเนื้อสะโพก การนวดคอกล้ามเนื้อช่วงกระดูกสันหลัง การนวดกระดูกไหปลาร้า การนวดต้นคอ การนวดกล้ามเนื้อบริเวณไหล่
- การนวดหน้า ผู้ให้บริการสปาจะต้องเรียนรู้ โครงสร้างของผิวหนัง ความชุ่มชื้นโดยธรรมชาติของผิวหนัง เมลานิน ไขมัน การป้องกันเชื้อโรค การถูกทำลายของผิวหนัง การดูแลผิว ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการดูแลผิว วิธีการพอกหน้า สูตรการผสมผลิตภัณฑ์ในการดูแลรักษาผิว

ท่านวดในการนวดหน้า ประกอบด้วย การลูวน การเคลื่อนคลึง การตีกระทบ การเสียดสี การสั่นมือ เป็นต้น

การอบรมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพ

กิจการสปาเพื่อสุขภาพเป็นการให้บริการใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการในแต่ละวัน จึงเป็นอาชีพที่ต้องสัมผัสกับลูกค้า ดังนั้น จึงเป็นความเสี่ยงที่สามารถแพร่เชื้อโรคระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการสปาได้ ผู้ให้บริการจึงต้องดูแลรักษาสุขภาพของตนเองให้สะอาดแข็งแรงอยู่เสมอ โดยมีหลักในการปฏิบัติตนดังนี้

สุขอนามัยของผู้ให้บริการสปา

1. ต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพอนามัยดีในระหว่างการปฏิบัติงาน ไม่ป่วยเป็นโรคติดต่อร้ายแรง ในกรณีที่เจ็บป่วยจะต้องรักษาให้หายขาดจึงจะกลับมาปฏิบัติงานได้
2. ควรมีการปฏิบัติดูแลสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ดี เช่น ดูแลรักษาความสะอาดของร่างกาย ฝ่ามือ ฝ่าเท้า ซึ่งจะต้องล้างอยู่เสมอ ใส่เสื้อผ้าที่สะอาดไม่อับชื้น และเหมาะสมกับสภาพอากาศ ไม่ใส่เสื้อผ้าซ้ำกับผู้อื่น เสื้อ รองเท้า ถุงเท้าจะต้องสะอาด รักษาความสะอาดภายในช่องปาก
4. ในการปฏิบัติงานไม่ควรสวมเครื่องประดับ เช่น กำไล แหวน เพราะดูไม่สะอาด และอาจเป็นอันตรายต่อผู้ใช้บริการได้
5. ผู้ให้บริการจะต้องสวมอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะ เช่น มีผ้าสะอาดปิดปากเพื่อต้องมีการปฏิบัติงานที่อาจมีการหายใจรดบริเวณใบหน้าของผู้ใช้บริการ
6. ควรมีการตรวจสุขภาพของผู้ให้บริการประจำปี
7. ผู้ให้บริการต้องได้รับการอบรมหลักสูตรการให้บริการตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
8. ในการปฏิบัติงาน ผู้ให้บริการจะต้องแสดงกิริยา วาจา สุภาพ อ่อนโยน ไม่หยอกล้อ และกลั่นแกล้งผู้ใช้บริการ รวมทั้งต้องไม่แสดงกิริยาอาการที่ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจว่า ต้องการมีเพศสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

การอบรมด้านศิลปะการให้บริการสปา

ศิลปะในการให้บริการการสปาประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal skills) ซึ่งประกอบด้วย

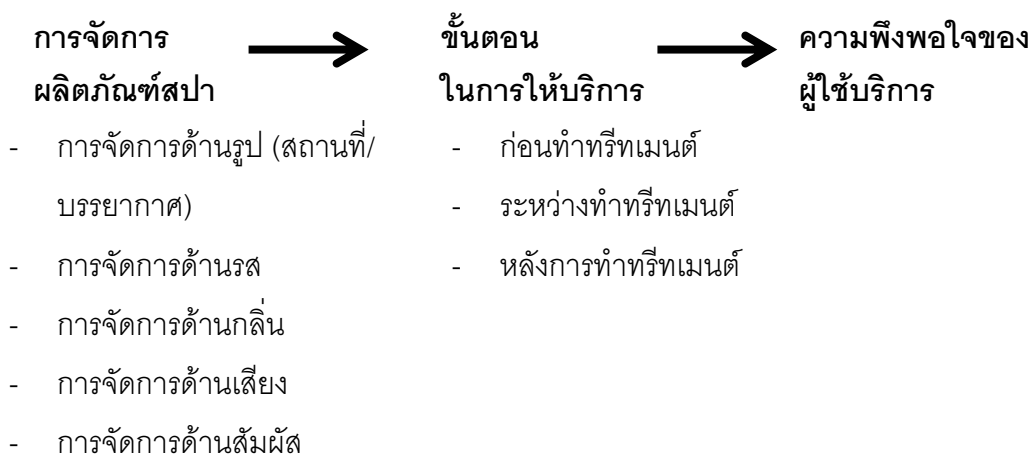
ส่วนที่ 1 การปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความนับถือ ใส่ใจกับความรู้สึกของผู้อื่น และแสดงความห่วงใยต่อผู้อื่น

ส่วนที่ 2 ทักษะในการติดต่อสื่อสาร (Communication skills) ซึ่งประกอบด้วย การพูดอย่างชัดเจน และพูดอย่างมั่นใจ (Speaking clearly and confident) การรับฟังและการได้ยิน (Listening and hearing) การอ่านและการเขียน (Reading and writing) ใช้

ภาษากายอย่างมีประสิทธิภาพ(Using effective body language) บุคลิกลักษณะที่แสดงออก (Personal presentation)

2.4 แนวคิดด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา

ในส่วนของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปานั้น ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาในเรื่องของกระบวนการในการจัดการผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีแผนภูมิของกระบวนการดังนี้



การจัดการผลิตภัณฑ์สปา

จากความหมายของการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic) หมายถึง การดูแลสุขภาพทั้งหมด คือ ร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Body Mind & Spirit)

การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม หรือการแพทย์ทางเลือกเป็นศาสตร์และศิลปะในการดูแลสุขภาพ เป็นปรัชญาการสร้างสุขภาพและการรักษาโรค ซึ่งพิจารณาตัวคนรวมทั้งหมดทุกอย่าง คือ ทุกอย่างที่นำมาประกอบกันเป็นมนุษย์ เป็นชีวิต ไม่ว่าจะเป็นร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณ ล้วนส่งผลกระทบเกี่ยวข้องให้เกิดสุขภาพที่ดี และความสุขในชีวิต สิ่งสำคัญอีกประการของการแพทย์ทางเลือกหรือการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม คือ มุ่งเน้นให้ผู้เข้ารับการบำบัดเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการบำบัดรักษา หรือปฏิบัติตนเพื่อให้หายจากโรคร้ายไข้เจ็บด้วยตนเอง ซึ่งการแพทย์แผนองค์รวมเป็นวิธีการสร้างสุขภาพที่แตกต่างจากการแพทย์ในระบบ หรือการแพทย์ทั่วไป ตรงที่มีใช้การ"รักษา"อาการขอโรคอย่างเดียว หากแต่เป็นการช่วยเหลือ แนะนำ หรือนำทาง เป็นเสมือนมีคฤศคเทศกีให้ผู้เข้ารับการบำบัดเลือกวิธีการบำบัดที่เหมาะสมให้กับตนเอง รู้จักประเมินตนเอง รักตนเอง ช่วยเหลือตนเอง ร่วมกับการบำบัดรักษาที่ตนเองเลือก ซึ่งจะเป็นการประสานกาย ใจ อารมณ์ และจิตวิญญาณเข้าด้วยกัน อย่างที่จะก่อประโยชน์สูงสุด หรืออย่างดีที่สุด

ดังจะเห็นได้จาก "Plato" นักปราชญ์ชาวกรีกที่มีชื่อเสียงของโลก ได้เขียนถึงแนวทางการรักษาโรคแบบองค์รวม (Holistic) มาเมื่อ 2000 กว่าปีมาแล้วว่า

“The cure of the part should not be attempted without treatment of the whole, and also no attempt should be made to cure the body are to be well you must begin to curing the mind: that is the first this. For this is the error of our day in the treatment of the human body, that physicians separates the soul from the body”

Plato ได้ให้แนวคิดในการดูแลสุขภาพว่า ไม่มีการรักษาโรคภัยไข้เจ็บชนิดใดที่จะให้ผลดีเลิศเท่ากับการรักษากายและใจควบคู่กันไป โดยเฉพาะจิตใจ ความคิดคำนึง เป็นเสมือนพลังและยารักษาโรคที่สำคัญในการต่อสู้โรคร้ายต่าง ๆ ได้อย่างดี ไม่ควรเน้นรักษาที่กายเพียงอย่างเดียว

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าภาวะการมีสุขภาพดีทั้งกายและใจ และจิตวิญญาณ สามารถนำและเชื่อมโยงไปสู่ความดีมีสุขในชีวิตให้สมบูรณ์ (Health and Wellness)

การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม หรือการแพทย์แบบองค์รวมไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะสาขา หากครอบคลุมถึงการวินิจฉัยโรค และบำบัด รักษาโรคในแบบต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง

วิธีการบำบัดรักษาแบบโบราณหลายอย่างได้ถูกนำกลับเข้ามาใช้ และเริ่มเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางอีกครั้ง เนื่องจากการแพทย์สมัยใหม่ได้พบว่า อาการเจ็บไข้ได้ป่วยต่าง ๆ และสาเหตุของโรคร้ายหลาย ๆ ชนิด เกิดมาจากภาวะความเครียด ความไม่สุขกาย สบายใจ เป็นสาเหตุใหญ่ และอาการเหล่านั้นอาจหาย หรือป้องกันได้โดยการหันกลับมาดูแลสุขภาพกายและใจ ควบคู่กันไป ซึ่งอาการต่าง ๆ หรือโรคภัยไข้เจ็บทั้งหลาย อาจจะมีมองได้ว่าเป็นคำเตือน หรือดัชนีบ่งชี้ว่ามีแง่มุมบางอย่าง หรือหลายอย่างในชีวิตกำลังวิปริตผิดไปจากธรรมดา ไม่ประสมประสานกลมกลืนกัน และเป็นสัญญาณบอกให้รู้ว่าต้องมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไข สัญลักษณ์หรืออาการที่มาเตือนในระยะเริ่มแรกเป็นสิ่งละเอียดอ่อน อาจมองไม่เห็น มองยาก แต่ต้องคอยสังเกตอย่างพิถีพิถันและเอาใจใส่ตนเองอย่างดี (กระทรวงสาธารณสุข,2547)

การดูแลสุขภาพ หรือการแพทย์แบบองค์รวมได้นำศาสตร์และวิธีการบำบัดหลายอย่างเข้ามาใช้ในการส่งเสริม ฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย

1. โภชนาการ (Nutrition) เช่น การอดอาหาร ไวตามินบำบัด อาหารสูตรครบรูป (Whole Food Diet) เป็นต้น
2. การออกกำลังกาย เช่น จี้กง (Gi Gong) โยคะ (Yoga) เป็นต้น
3. การใช้สมุนไพรรักษา (Herbal medicine) เช่น ยารักษาใจจากดอกไม้ในสูตรของบาด (Bach Flower Remedies) การบำบัดด้วยน้ำมันหอม (Aromatherapy) วารีบำบัด (Hydrotherapy) เป็นต้น
4. การใช้พลังรักษา เช่น เรกิ (Reiki) ชี้อัตสุ (Shiatsu) คริสตัลบำบัด (Crystal Therapy) การสร้างความสมดุลให้แก่จักระ (Chakra Balanceing) รงค์บำบัด (Color Therapy) การรักษาโรคด้วยรัศมีกาย (Aura Therapy) เป็นต้น

5. การฝึกความคิด (Health and Mind Thinking) เช่น การทำสมาธิ (Meditation) การสะกดจิต (Hypnotherapy) เป็นต้น
6. การนวดบำบัด เช่น การระบายน้ำเหลืองโดยการนวด (Manual Lymphatic Drainage) การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) การนวดไทย (Thai Massage) การนวดฝ่าเท้า (Reflexology) เป็นต้น
7. การขจัดพิษในรูปแบบต่าง ๆ (Detoxification) เช่น การสวนลำไส้ใหญ่ (Colon Therapy) เป็นต้น

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) ได้ให้ความหมายของการตื่นตัวในสุขภาพของคนยุคใหม่ ว่า NEW START ซึ่งประกอบด้วย

NEW START

N – Nutrition	อาหาร
E – Exercise	การออกกำลังกาย
W – Water	น้ำ
S – Sunshine	แสงแดด
T – Temperance	คุณวุฒิที่เหมาะสม
A – Air	อากาศ
R – Rest	การพักผ่อน
T – Trust in God	ความเชื่อ ความศรัทธา สมาธิ

ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศเองกำลังแสวงหาความเป็นไทย ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดการสร้างแบรนด์สปาที่มาจากองค์ความรู้ของภูมิปัญญาไทยเป็นหลัก และผลักดันให้แบรนด์นี้เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากลให้ได้

ไทยสปายะ (Thai Sapaya) เป็นคำที่รับรองโดยกฎหมายแรงงาน และกระทรวงสาธารณสุข โดยคณะกรรมการจัดทำมาตรฐานสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปา) โดยให้ความหมายว่า สถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทย คงความเป็นศิลปะและวัฒนธรรมและประเพณีไทยอย่างชัดเจน จะมีบริการที่ใช้น้ำหรือไม้น้ำก็ได้ โดยเน้นการใช้วิถีการธรรมชาติเป็นหลัก

ดร. เลขา นุ่มน้อย หัวหน้าศูนย์ไทยสปายะ ได้ให้ความหมายของไทยสปายะว่า เป็นวิถีทางการดูแลสุขภาพและความงามแบบองค์รวมของไทย ที่ผนวกหัตถบำบัด คือ การนวด วารีบำบัด คือ การรักษาโรคด้วยน้ำ สุคนธ์บำบัด หรือการบำบัดอารมณ์ด้วยกลิ่น และโภชนบำบัดหรือการดูแลสุขภาพด้วยการทานอาหาร เข้ารวมกับการออกกำลังกาย การฝึกฝนจิต และการทำสมาธิ เพื่อให้เกิดความสมดุลของธาตุทั้ง 4 ในร่างกาย

ในความหมายของคำว่า “สัปปายะ” นั้น แปลว่า สภาพที่เกื้อหนุนในการทำกิจกรรมหรือดำเนินกิจการต่าง ๆ ให้ได้ผลดี โดยแบ่งเป็น 7 องค์ประกอบด้วยกันคือ

1. อุตุสบาย – บรรยากาศ (สิ่งแวดล้อม) หมายถึง สถานที่ที่แวดล้อมไปด้วยบรรยากาศที่ดี อากาศบริสุทธิ์ อากาศถ่ายเทได้ดี มีต้นไม้ ให้ความร่มรื่น อุณหภูมิพอเหมาะไม่ร้อนหรือเย็นเกินไป มีกลิ่นหอมจากธรรมชาติ มีความเงียบสงบ
2. อาหารสบาย – อาหาร (คุณภาพ รสชาติ) หมายถึงอาหารสุขภาพดี มีความสมดุลของอาหารกับธาตุเจ้าเรือน ซึ่งการบริโภคอาหารที่ถูกหลักและถูกธาตุจะส่งผลต่อสุขภาพที่ดี โดยตรงต่อร่างกาย และป้องกันโรคได้
3. อวารุสสหาย – ที่อยู่อาศัย (ความมั่นคงปลอดภัย) หมายถึง ที่อยู่อาศัยอันสบาย ก่อให้เกิดความหมาย นอกจากสถาปัตยกรรมที่งดงามและประโยชน์ใช้สอยสูงแล้ว ทำเลที่ตั้งต้องปลอดภัย สงบ ร่มรื่น และมีระบบสาธารณูปโภคที่ดี
4. บุคคลสบาย – คนรอบข้าง (จิตใจดี มีปัญญา) หมายถึง การมีกัลยาณมิตร การมีคนรอบข้างที่จิตใจงาม มีศีลธรรม อยู่ในสังคมที่เป็นสุข
5. อิริยาบถสบาย (นั่ง นอน เดิน ยืน) หมายถึงอากัปกิริยาท่าทาง และพฤติกรรมกรดำรงชีวิต เช่น การยืน การเดิน การนั่ง การนอน ที่ก่อให้เกิดสุขภาพที่ดีอย่างไทยทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมทั้งอากัปกิริยาที่แฝงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย เช่น การไหว้ การกราบพระ การนั่งสมาธิ การเดินจงกรม การทำฤๅษีตัดตน การเล่นเกม การละเล่นต่าง ๆ หรือกีฬาของไทย เป็นต้น
6. สวณะสบาย – เสวนา (การได้ยิน ได้ฟัง พูดคุยสนทนา) หมายถึงการได้ยินได้ฟังเสียงที่ก่อให้เกิดความสบาย ซึ่งประกอบด้วย เสียงจากธรรมชาติ เช่น เสียงน้ำไหล น้ำตก เสียงลมพัด เสียงคลื่น หรือเสียงนกร้อง เป็นต้น และเสียงจากแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เสียงดนตรี เสียงเพลง เป็นต้น
7. โคจรสบาย - ปัจจัย 4 (หาไม่ยาก ไม่ไกล ไม่ไกล) หมายถึง การคมนาคมที่สะดวกสบาย สถานที่ที่สะดวกต่อการเดินทาง และเป็นสถานที่ไม่ไกลจากแหล่งปัจจัยหลักของการดำรงชีวิต เช่น แหล่งอาหาร แหล่งน้ำ แหล่งวัดดูดิบ แหล่งยารักษาโรค และสถานพยาบาล รวมทั้งสามารถติดต่อสื่อสารกับสังคมได้สะดวกอีกด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า องค์ความรู้ในรูปแบบของไทยสัปปายะนั้นมีหลักการสำคัญ คือ การบำรุงดูแลสุขภาพทั้งทางกาย ได้แก่ กินอาหารดี ออกกำลังกายแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสม มีโครงสร้างจิตใจที่ดี ได้แก่ การนั่งสมาธิวิปัสสนา การทำละหมาดตามแนวความเชื่อ โดยการนำเอารูปแบบของวัฒนธรรมไทยมาใช้ในไทยสัปปายะ รวมถึงเชื่อมโยงกับท้องถิ่นต่าง เช่น ไทยสัปปายะแบบล้านนา ไทยสัปปายะแบบมุสลิม โดยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับสังคม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

จากการที่ไทยสัปปายะนั้นเป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม อีกทั้งเป็นการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านไทย และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต นับว่าเป็นอีกองค์ความรู้หนึ่งที่ธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามันน่าจะนำแนวคิดนี้มาใช้ในการออกแบบสินค้า หรือบริการให้กับผู้ให้บริการ เพื่อค้นหาความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง

จากแนวคิดการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งผู้ประกอบการสปาทุกคนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้ก่อนที่จะดำเนินการธุรกิจสปา รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับไทยสัปปายะ ผู้วิจัยจึงนำเอาแนวคิดของการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมทั้ง 2 แนวคิดมาใช้ในการออกแบบรูปแบบการจัดการธุรกิจสปา โดยผู้วิจัยได้พิจารณาบริการสปาที่เป็นแบบองค์รวมจะต้องประกอบด้วยบริการที่ให้ทั้ง รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อันเชื่อมโยงมาสู่การบำบัดร่างกายและจิตใจ รวมทั้งจิตวิญญาณ ซึ่งผู้บริหารสปาจำเป็นต้องรู้รายละเอียดขององค์ประกอบเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการดูแลความเรียบร้อยและนำเสนอใจต่อผู้มาใช้บริการ โดยแต่ละองค์ประกอบมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

2.4.1 แนวคิดด้านการจัดการด้านรูป

การจัดการด้านรูป หรือบรรยากาศของสปา (Sight or Ambient)

การดูแลความเรียบร้อยภายในสปา และความสวยงามของสถานที่ทั้งภายในและภายนอกทำให้เกิดความแตกต่างและบ่งบอกถึงระดับของสปานั้น ๆ

สำหรับการจัดการด้านสถานที่ของสถานประกอบการสปา โดยทั่วไปผู้ประกอบการสปาจะทราบว่า ในการจัดสถานที่นั้นจะต้องจัดออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพและเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547) โดยเน้นว่าที่ตั้งสถานประกอบการต้องสะดวก ปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ต้องไม่อยู่ใกล้ขีดศาสนาสถาน ในระยะที่จะก่อให้เกิดปัญหาหรืออุปสรรคต่อการประกอบศาสนกิจ ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ด้านพื้นที่ประกอบการ พิจารณาในกรณีที่อยู่ใต้อาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่น ซึ่งไม่ใช่กิจการสถานบริการ จะต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และกิจการอื่นต้องไม่กระทบกระเทือนต่อการให้บริการในกิจการสปาเพื่อสุขภาพ
- 2) ด้านอาณาเขตติดต่อ พื้นที่สถานประกอบการต้องไม่อยู่ในพื้นที่ติดต่อกับสถานบริการ ตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ ถ้าเป็นพื้นที่ติดต่อกัน ต้องแบ่งอาณาเขตให้ชัดเจน
- 3) มาตรฐานด้านการให้บริการ ลักษณะการให้บริการต้องเป็นการให้บริการที่มีหลายลักษณะรวมอยู่ในอาคารหรือสถานที่เดียวกัน ต้องแบ่งสัดส่วนชัดเจน
- 4) ด้านการจัดบริเวณที่ให้บริการเฉพาะบุคคล ต้องไม่มีติดชิดหรือลับตาจนเกินไป เช่น ติดกระจกฝ้าที่บานประตูเพื่อให้สามารถมองเห็นภายในได้ หรือใช้ประตูแบบบานพับหรือไม่มีกลอนที่สามารถเปิด-ปิดได้โดยง่าย

- การมีห้องพักที่สะอาด มีห้องชาน้ำ ระบายน้ำ ห้องอาหารสุขภาพ และอ่างอาบน้ำที่ทันสมัย หรือมีเครื่องมือตรวจเช็คสุขภาพก่อนบำบัดหรือบำรุงรักษาอย่างเพียงพอ เป็นต้น
- 2) สถานที่ให้บริการ (Service Location) หมายถึง สถานที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น สะดวกในการเดินทางไปให้บริการ สภาพแวดล้อมรอบบริเวณสะอาด สวยงาม และสงบ ส่วนสภาพแวดล้อมภายในมีการตกแต่ง และจัดเป็นสัดส่วน ไม่พลุกพล่าน อยู่ในบรรยากาศที่สงบเป็นส่วนตัว เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก สบายใจ ที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้รับบริการชาวต่างประเทศ คือ สถานที่ให้บริการมีเอกลักษณ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมและมีความเป็นธรรมชาติสูง

จากประกาศกระทรวงกระทรวงสาธารณสุข เกี่ยวกับมาตรฐานสถานบริการเพื่อสุขภาพ เน้นในด้านการรักษาความสะอาด ซึ่งถือว่าเป็นจุดสำคัญของการสร้างมาตรฐานด้านสถานที่ (ในมาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขต้องการ) กำหนดให้พื้นที่ที่ประกอบกิจการสถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัวในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่น ต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน ถ้าอยู่ในอาคารเดียวกันจะต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจนคือ มีห้องอาบน้ำ ห้องส้วม ห้องผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้า และตู้เก็บเสื้อผ้า ของใช้ส่วนตัวที่แยกเป็นชายหญิงที่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Monteson, Patricia A. and Singer, Judith L. (2002) ในเรื่องการวางแผนและการจัดการเกี่ยวกับธุรกิจสปา พบว่า จากการสำรวจผู้ใช้บริการ สปาจำนวน 2,332 คน จากสปา 28 แห่ง พบว่า สิ่งทีริสอร์ทหรือโรงแรมที่เริ่มทำธุรกิจสปาควรคำนึงถึง คือ การจัดสรรพื้นที่ให้บริการแยกเป็นสัดส่วน และควรจัดสรรพื้นที่ใช้สอยโดยแยกตามเพศผู้ใช้บริการ และเน้นว่าผู้ใช้บริการควรเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ

ในด้านการจัดการสถานที่ประกอบการสปาที่ตึ้นนั้น ในแนวคิดของไทยสปาयेอันไม่เกี่ยวข้องกับข้อกฎหมายใด ๆ แต่ไปเกี่ยวข้องกับมาตรฐานสุขภาพแบบองค์รวม จะไปสอดคล้องกับข้อที่ว่า อุตสุขภาพ – บรรยากาศ (สิ่งแวดล้อม) หมายถึง สถานที่ที่แวดล้อมไปด้วยบรรยากาศที่ดี อากาศบริสุทธิ์ อากาศถ่ายเทได้ดี มีต้นไม้ ให้ความร่มรื่น อุณหภูมิพอเหมาะไม่ร้อนหรือเย็นเกินไป มีกลิ่นหอมจากธรรมชาติ มีความเงียบสงบ และสอดคล้องกับแนวคิดด้าน อาราสบาย – ที่อยู่อาศัย (ความมั่นคงปลอดภัย) ซึ่งหมายถึง ที่อยู่อาศัยอันสบาย ก่อให้เกิดความหมาย นอกจากสถาปัตยกรรมที่งดงามและประโยชน์ใช้สอยสูงแล้ว ทำเลที่ตั้งต้องปลอดภัย สงบ ร่มรื่น และมีระบบสาธารณูปโภคที่ดี

การจัดการด้านรูป สถานที่ และการสร้างบรรยากาศของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

สำหรับการจัดการด้านสถานที่ (รูป) การสร้างบรรยากาศของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่นั้น ผู้ประกอบการรับทราบข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้ว เนื่องจากมีการสำรวจมาตรฐานของสถานประกอบการสปาโดยมีสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ

ดูแล ส่วนในด้านารออกแบบสถานทีนั้ขึ้นอยู่กั้บวัตถุประสงค์ของการให้บริการสปาในแต่ละแห่ง จากการที่ผู้วิจัยสำรวจเบื้องต้น ในด้านการจัดการสถานทีนั้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ดังนี้

- 1) สถานประกอบการสปาที่เป็นการให้บริการสปาภายในอาคาร (Indoor Spa) ผู้ให้บริการสปา ออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับกฎหมายด้านสถานประกอบการสปา และจะเป็นให้บริการสปา ภายในอาคาร การออกแบบสถานทีนั้มีทั้ง รีสอร์ทสปา และเดย์สปา ส่วนขนาดของสถานทีนั้หรือ อาคารจะใหญ่มากเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กั้บจำนวนผู้ให้บริการแต่ละครั้ง และจำนวนเงินที่ลงทุน เช่น สถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต มีการสร้างอาคารที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีการลงทุนสูง เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะมาในลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวน 20 – 30 คนต่อ ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในโซนเอเชีย สถานประกอบการที่ออกแบบเช่นนี้มักจะทำปรากฏใน เขตจังหวัดภูเก็ตเป็นส่วนใหญ่
- 2) สถานประกอบการสปาที่เป็นแบบการให้บริการในที่โล่งแจ้ง (Outdoor Spa) ผู้ประกอบการสปาจะ ออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับการออกแบบสถานประกอบการสปา เช่นเดียวกัน และจะเป็นการให้บริการสปาในที่โล่ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการสปาได้ดื่มด่ำกับ ทัศนียภาพ และบรรยากาศโดยรอบ การลงทุนในการออกแบบสถานประกอบการสปาเช่นนี้เป็นการลงทุนที่สูง ใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ บางแห่งมีการปลูกต้นไม้ เพื่อสร้างบรรยากาศโดยรอบให้น่าประทับใจก่อนที่จะ มีการสร้างอาคาร ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการนิยมสร้างในสถานทีนั้ที่เป็นชายหาด ภูเขา ที่เป็นสถานทีนั้ ที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพอันสวยงามของสถานทีนั้โดยรอบ สถานประกอบการสปาประเภทนี้ มักจะทำปรากฏในจังหวัดพังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการด้านบรรยากาศนั้น สปาบางแห่งมีการ ออกแบบสถานทีนั้เป็นบ้านทรงไทย หรือเป็นสถาปัตยกรรมในแบบเอเชีย ใช้ไม้ในการก่อสร้าง มุงหลังคา ด้วยวัสดุธรรมชาติ และสปาเกือบทุกแห่งนิยมปลูกไม้ประดับแบบไทย ๆ โดยเฉพาะไม้ดอกกลิ่นหอม รวมทั้งมีการประดับดอกไม้เล็กน้อย หรือใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นในการประดับคู่กับผลิตภัณฑ์ที่จะ ใช้ในการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการ

2.4.2 แนวคิดด้านการจัดการด้านรส

การจัดการด้านรส (Food Therapy Management)

สำหรับการจัดการด้านรส ซึ่งเกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพนั้นไม่มีข้อบังคับทางกฎหมาย โดยส่วนใหญ่ในสถานประกอบการสปาโดยทั่วไปจะเน้นความสำคัญของการจัดการด้านรสเพียงว่า อาหารที่นำมาใช้ในสถานประกอบการสปานั้นจะต้องถูกสุขอนามัย โดยเน้นถึงความสะอาดของ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ประกอบการให้บริการ การรับประทานหรือการดื่มสมุนไพร ไม่ว่าจะ เป็น เครื่องดื่มหรืออาหารจะต้องคำนึงถึงหลักโภชนาการ

ในอันที่จริงแล้ว การจัดการด้านรส เป็นองค์ความรู้อีกด้านหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาสามารถนำมาใช้ในการสร้างจุดเด่นให้กับธุรกิจของตนเองได้ เนื่องจากการจัดการด้านรสนั้นไปสอดคล้องกับแนวคิดของไทยสัปปายะ ซึ่งเป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ในด้านอาหารสบาย – อาหาร (คุณภาพ รสชาติ) หมายถึงอาหารสุขภาพดี มีความสมดุลของอาหารกับธาตุเจ้าเรือน ซึ่งการบริโภคอาหารที่ถูกหลักและถูกธาตุจะส่งผลต่อสุขภาพที่ดีโดยตรงต่อร่างกาย และป้องกันโรคได้

อาหารตามธาตุเจ้าเรือนปรับสมดุลคตินพลังชีวิต

ตามทฤษฎีการแพทย์แผนไทย ได้มีการศึกษาพบว่า คนเราเกิดมาในร่างกายประกอบด้วยธาตุทั้งสี่ คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ ซึ่งในแต่ละคนจะมีธาตุหลักเป็นธาตุประจำตัว เรียกว่าธาตุเจ้าเรือนนี้มี 2 ลักษณะคือธาตุเจ้าเรือนเกิดซึ่งจะเป็นไปตามวันเดือนปีเกิด และธาตุเจ้าเรือนปัจจุบัน ที่พิจารณาจากบุคลิกลักษณะ อุปนิสัยและภาวะด้านสุขภาพกายและใจ ว่าสอดคล้องกับลักษณะของบุคคลในธาตุเจ้าเรือนอะไร ตามทฤษฎีโบราณจะใช้รสชาติของอาหารเป็นยารักษาโรค โดยใช้อาหารตามธาตุและผักพื้นบ้านซึ่งสามารถรับประทานได้และแตกต่างกันดังนี้

- รสฝาด ให้ฤทธิ์ทางสมาน
- รสหวาน ชุ่มซาบไปตามเนื้อ
- รสเมาเปื้อน แก้พิษ
- รสขม แก้ทางโลหิตและดี
- รสมัน แก้เส้นเอ็น
- รสหอมเย็น บำรุงหัวใจ
- รสเปรี้ยว กัดเสมหะ
- รสเผ็ดร้อน แก้ทางลม

เมื่อธาตุทั้ง 4 ในร่างกายสมดุล บุคคลจะไม่ค่อยเจ็บป่วย หากขาดความสมดุลมักจะเกิดความเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกิดจากจุดอ่อน ด้านสุขภาพของแต่ละคน ตามเรือนธาตุที่ขาดความสมดุล ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันปัญหาความเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้น สิ่งที่สามารถช่วยได้ระดับหนึ่งในเบื้องต้น คือ พฤติกรรมการบริโภคอาหารของแต่ละคนในชีวิตประจำวัน โดยใช้รสของอาหารคุณลักษณะที่เป็นยามาปรับสมดุลของร่างกาย (สมภพ ประธานธรรักษ์ และพร้อมจิต ศรีลัมพ์, 2547)

บรรพบุรุษไทยได้ผสมผสานองค์ความรู้ด้านการแพทย์แผนไทย เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตได้อย่างกลมกลืนเป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เช่น การรับประทานอาหาร ได้มีการจัดอาหารตามธาตุเจ้าเรือน จากความหลากหลายของพืชผักและสมุนไพรไทย ทำให้อาหารแต่ละพื้นบ้านของไทยมีความหลากหลายรสชาติ และสามารถปรับให้สอดคล้องกับธาตุเจ้าเรือน เช่นแกงส้มมีรสเปรี้ยว บำรุงธาตุน้ำ แกงแคมีรสเผ็ดร้อน บำรุงธาตุลม หรือเมี่ยงคำเป็นอาหารปรับธาตุชั้นหนึ่ง เพราะมี

เครื่องปรุงหลายอย่าง เช่น ใบชะพลู มะนาว พริก หอมแดง ขิง มะพร้าวคั่ว ถั่ว กุ้งแห้ง น้ำตาล กะปิ สามารถปรุงตามสัดส่วนที่สอดคล้องกับธาตุเจ้าเรือนของแต่ละคน ดังนี้

- 1) ธาตุดินเจ้าเรือน จะมีรูปร่างใหญ่ ผิวค่อนข้างคล้ำ ผมหดดำ เสียงดังฟังชัด ข้อกระดูกแข็งแรง กระดูกใหญ่ น้ำหนักตัวมาก ลำสัน อวัยวะสมบูรณ์ (ธาตุดิน คือ คนที่เกิดเดือนตุลาคม พฤศจิกายน ธันวาคม)
- 2) ธาตุน้ำเจ้าเรือน จะมีรูปร่างสมบูรณ์ อวัยวะสมบูรณ์ สมส่วน ผิวพรรณสดใส แต่งตั้งตาหวาน น้ำในตามาก ทำทางเดินมันคง ผมหดดำงาม กินช้า ทำอะไรชักช้า ทนหนาวทนร้อน ทนเย็นได้ดี เสียงโปร่ง มีลูกตก แต่มักเฉื่อย และค่อนข้างเกียจคร้าน (ธาตุน้ำ คือ คนที่เกิดเดือน กรกฎาคม สิงหาคม กันยายน)
- 3) ธาตุลมเจ้าเรือน จะมีผิวหยาบแห้ง รูปร่างโปร่ง ผอม ผอมบาง ข้อกระดูกสั้น เมื่อเคลื่อนไหว ซ้อจฉา ซ้ำลาด รุกง่ายหน่ายเร็ว ทนหนาวไม่ค่อยได้ นอนไม่ค่อยหลับ ช่างพูด เสียงต่ำ ออกเสียงไม่ชัด มีลูกไม่ตก (ธาตุลม คือ คนที่เกิดเดือน เมษายน พฤษภาคม มิถุนายน)
- 4) ธาตุไฟเจ้าเรือน มักซีร้อน ทนร้อนไม่ค่อยได้ หิวบ่อย กินเก่ง ผมหงอกเร็ว มักหัวล้าน ผมหงอกหนวดค่อนข้างนิ่ม ไม่ค่อยอดทน ใจร้อน ข้อกระดูกหลวม มีกลิ่นปาก กลิ่นตัวแรง (ธาตุไฟคือ คนที่เกิดในเดือนมกราคม กุมภาพันธ์ มีนาคม)

สภาวะสุขภาพของคนเราจะถูกควบคุมด้วยธาตุทั้ง 4 ดังนี้

1. ธาตุดิน มีสิ่งสำคัญในการควบคุมสุขภาพของคนธาตุดิน คือ ความสมบูรณ์ของหัวใจ อาหารที่รับประทานและกากใยในลำไส้ใหญ่ เมื่อพิการเสียดุลของตัวควบคุมสุขภาพ จะทำให้คนธาตุดินมักเจ็บป่วยด้วยโรคของอวัยวะโครงสร้างหลักของร่างกาย เช่น โรคหัวใจ เบาหวาน ริดสีดวงทวาร เป็นต้น
2. ธาตุน้ำ มีการควบคุมสุขภาพของคนธาตุน้ำคือ การควบคุมน้ำภายในร่างกาย เช่น น้ำมูก เสมหะ น้ำย่อยในกระเพาะอาหาร และลำไส้ น้ำดี น้ำปัสสาวะ เป็นต้น คนธาตุน้ำมักเจ็บป่วยด้วยโรคระบบทางเดินหายใจ ระบบทางเดินอาหาร และระบบขับถ่าย ปัสสาวะ
3. ธาตุลม คนธาตุลมมักเจ็บป่วยด้วยอาการของระบบประสาท การไหลเวียนของโลหิต อารมณ์และจิตใจ เช่น วิงเวียน หน้ามืด อ่อนเพลีย ไม่แข็งแรง เป็นต้น
4. ธาตุไฟ การควบคุมสุขภาพของคนธาตุไฟคือ การทำงานของน้ำดี การควบคุมอุณหภูมิของร่างกาย อาการเจ็บป่วยที่พบได้ ในคนธาตุไฟ เช่น ท่อน้ำดีอุดตัน ตับอักเสบ ตัวเหลือง ตาเหลือง ท้องอืด มีไข้ เป็นต้น

แนวทางการบริโภคอาหารตามธาตุเจ้าเรือนแบบทฤษฎีธาตุ

มีหลักเกณฑ์ว่า ธาตุ 4 เป็นองค์ประกอบของร่างกายมนุษย์ ธาตุที่เป็นต้นเหตุแห่งความแปรปรวนของร่างกาย คือ ตรีธาตุ ได้แก่ ปิตตะ (ไฟ) วาตะ (ลม) เสมหะ (น้ำ) แต่ละคนจะมีธาตุหนึ่งเด่นออกมา การตัดสินใจว่าธาตุใดเด่นสังเกตจากบุคลิกภาพ และพฤติกรรมของบุคคลนั้น เมื่อทราบว่าธาตุใดเด่นแล้วก็เลือกรับประทานอาหาร รวมทั้งผักพื้นบ้าน ให้สอดคล้องกับธาตุในร่างกาย ดังนี้คือ

- 1) อาหารที่มีรสฝาด หวาน มัน เค็ม เหมาะสำหรับบุคคลที่มีธาตุดินเด่น ผักพื้นบ้านที่ควรรับประทาน ได้แก่ ถั่วพู ถั่วฝักยาว ฟักทอง ยอดเม็ก ทองหลาง กระโดน มะขามป้อม สมอไทย ยอดมะม่วงหิมพานต์ ผักหวาน สะตอ ผักโขม ดอกขจร ผักเชียงดา ลูกเนียง บวบ ขนุน อ่อน
- 2) อาหารที่มีรสเปรี้ยว เหมาะสำหรับบุคคลที่มีธาตุน้ำเด่น ผักพื้นบ้านที่ควรรับประทาน ได้แก่ ยอดมะกอก ยอดมะขาม มะอึก มะเขือเทศ มะกรูด มะนาว มะกอก มะดัน กระท้อน
- 3) อาหารที่มีรสเผ็ดร้อนเหมาะสำหรับบุคคลที่มีธาตุลมเด่น ผักพื้นบ้านที่ควรรับประทาน ได้แก่ พริกไทย โหระพา กะเพรา กะทือ ดอกกระเจียว ผักคราด ชะพลู ผักไผ่ พริกขี้หนู สะระแหน่ หูเสือ ผักแขยง ผักชีลาว ผักชีล้อม ยี่ห่วย้า ก้านพลู
- 4) อาหารที่มีรสขม เย็น จืด เหมาะสำหรับคนที่มีธาตุไฟเด่น ผักพื้นบ้านที่ควรบริโภค ได้แก่ ผักบุ้ง ผักตำลึง ผักกะเฉด กระสัง สายบัว ผักกาดนา ผักกาดนกเขา ผักปลัง ผักหนาม ยอดมันเทศ กระเจียบมอญ ยอดฟักทอง มะระ สะเดา หยวกกล้วย หม่อน มะเขือยาว ใบบัวบก (ศิริยา, 2548)

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มตามธาตุเจ้าเรือน

ธาตุดิน	ธาตุน้ำ	ธาตุลม	ธาตุไฟ
อาหาร	อาหาร	อาหาร	อาหาร
- ข้าวกล้องขาดหน้าปลา	- ต้มส้มปลากระบอก	- แกงป่าไก่, ปลา	- ต้มจืดผักใส่ไก่
- ข้าวคลุกกะปิ	- แกงส้มผักรวม	- แกงไตปลา	- ต้มจืดมะระใส่ไก่
- ข้าวยำปักษ์ใต้	- ต้มโคล้งปลากรอบ	- แกงเผ็ดปลาตุ๋นใส่ใบ	- แกงจืดตำลึงหมูสับ
- ข้าวผัดสามสี	- ต้มยำกุ้ง	ชะพลู	- ต้มจืดหน่อไม้-ไก่
- ก๋วยเตี๋ยวหมูสับ	- ต้มยำหัวปลีอกไก่	- แกงเผ็ดลูกชิ้นปลา	- ต้มจืดกะหล่ำปลี
- ก๋วยเตี๋ยวดู่นหน้ายอดผัก	- ปลาหนึ่งมะนาว	- แกงเขียวหวานไก่	- ผัดผักบุ้งไฟแดง
- แกงจืดเต้าหู้ขาว	- ผัดปลาเปรี้ยวหวาน	- แกงผักเลือดซีโครงหมู	- ผัดมะระขี้่นกใส่ไก่
- ผัดเต้าหู้กับถั่วงอก	- ส้มตำ	- แกงแค	- ผัดสายบัวกุ้ง

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มตามธาตุเจ้าเรือน (ต่อ)

ธาตุดิน	ธาตุน้ำ	ธาตุลม	ธาตุไฟ
<ul style="list-style-type: none"> - แกงผักหวานใส่ปลาอย่าง - แกงจืดดอกขจร - ผัดผักโขม - ผัดสะตอกับกุ้ง - ผัดพริกทองใส่ไข่ - ผักพวย - ดอกขจรผัดน้ำมันหอย - ดอกขจรผัดไข่ - ยำถั่วพูลู - ยำผักกูด 	<ul style="list-style-type: none"> - ยำปลาดุกฟู - ยำกุ้งนึ่ง - ยำตะไคร้ - ยำส้มโอ - ยำมะระ - ยำมะเขือยาว - ยำมะม่วง - ยำกระท้อน 	<ul style="list-style-type: none"> - น้ำยาป่า - ลาบปลา / หมู/ไก่ - ห่อหมก - ไก่ผัดขิง - ผัดพริกขิงถั้วผักยาว - ผัดเผ็ดปลาดุก - ปลาเจียะน - น้ำพริกอ่อน - น้ำพริกกะปิ - น้ำพริกมะขาม 	<ul style="list-style-type: none"> - ผัดผักกะเจดน้ำมัน หอย - ผัดมะเขือยาว - แกงเลี้ยงนพเก้า - แกงสายบัว - แกงซี่เหล็ก - ยำใบบัวบก - สะเต๋า-น้ำปลา หวาน
<p>เครื่องดื่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - น้ำอ้อย - น้ำตาลสด - น้ำส้ม - น้ำลูกเดือย - น้ำแห้ว - น้ำมะพร้าว - น้ำมะตูม - น้ำฝรั่ง - น้ำข้าวโพด - น้ำผักทอง 	<p>เครื่องดื่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - น้ำมะนาว - น้ำมะเขือเทศ - น้ำมะขาม - น้ำสับประรด - น้ำกระเจี๊ยบ - น้ำมะเฟือง - น้ำมะม่วง 	<p>เครื่องดื่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - น้ำขิง - น้ำตะไคร้ - น้ำชา - น้ำگانพลู - น้ำมะตูม 	<p>เครื่องดื่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - น้ำแดงโมบีน - น้ำใบบัวบก - น้ำใบเตย - น้ำเก๊กฮวย

ตัวอย่างตำรับอาหารและเครื่องดื่มตามธาตุเจ้าเรือน

ยำผักพื้นบ้าน 4 ธาตุ (ยำสาวสิบแปด)

ความหมาย เป็นผักพื้นบ้านมากกว่า 18 ชนิด และเมื่อรับประทานจะมีสุขภาพดีมีชีวิตชีวาดูจสาว 18

เครื่องปรุง (อย่างละประมาณ 1 ช้อนโต๊ะ)

ตะไคร้	ใบบัวบก	ใบมะกรูด	ใบชะพลู
ข่าอ่อน	ใบทองหลาง	กระชาย	ยอดมะกอก
ใบกะเพรา	ยอดจิก	ผักชีฝรั่ง	ดี้ว
ผักชีลาว	มะม่วงดิบ	ผักไผ่	แคร์รอต
งาดำ-งาขาว	โปรตีนเกษตร		

น้ำยา ประกอบด้วย น้ำส้มสายชู น้ำตาลทราย เกลือใช้ผสม 2-3 ช้อนโต๊ะ ปรุงรสตามชอบ

วิธีทำ

1. ล้างผักทุกอย่างให้สะอาด
2. ซอยผักแต่ละชนิดให้เป็นชิ้นเล็ก
3. คั่วงาดำ งาขาว และโปรตีนเกษตร ให้หอม
4. คลุกเคล้าผักแต่ละชนิดให้เข้ากัน โรยงาดำ งาขาว และโปรตีนเกษตร เติมน้ำยำ คลุกเคล้าให้เข้ากันอีกครั้ง

วิธีปรุงน้ำยำ

ผสมน้ำส้มสายชู น้ำตาลทราย เกลือ ให้เข้ากันตั้งไฟให้เดือด แล้วจึงใช้ไฟอ่อน ๆ เคี่ยวต่อไปให้ส่วนผสมเหนียวเล็กน้อย ถ้าชอบเผ็ดอาจเติมพริกขี้หนูป่นด้วยก็ได้

คุณค่าทางโภชนาการต่อ 1 คน (น้ำหนักรวมประมาณ 100 กรัม)

พลังงาน 215 กิโลแคลอรี โปรตีน 7.6 กรัม ไขมัน 5.2 กรัม คาร์โบไฮเดรต 35 กรัม วิตามิน เอ 63. อารวี วิตามินซี 15.5 มิลลิกรัม วิตามินบีหนึ่ง 0.22 มิลลิกรัม วิตามินบีสอง 0.25 มิลลิกรัม เหล็ก 4.3 มิลลิกรัม แคลเซียม 232 มิลลิกรัมใยอาหาร 3.0 กรัม

คุณประโยชน์

ตะไคร้	: แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ปวดท้อง ขับปัสสาวะ
ใบมะกรูด	: ขับลม แก้อาการเสียด
ข่า	: ขับลม แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ปวดท้อง
ขิง	: บรรเทาอาการคลื่นไส้
กระชาย	: แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ปวดท้อง คลื่นไส้อาเจียน
ใบกะเพรา	: แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ปวดท้อง คลื่นไส้อาเจียน
ใบโหระพา	: ช่วยขับลม แก้อาการเสียด
ผักชีฝรั่ง	: ช่วยขับลม
ผักชีลาว	: ช่วยขับลม
ผักไผ่	: ช่วยขับลม
ใบบัวบก	: แก้อาการเจ็บคอ ลดความดันโลหิต
ใบชะพลู	: ช่วยขับลม
ใบทองหลาง	: บำรุงธาตุดิน แก้ลมเป็นพิษ
ผักกระโดน	: บำรุงร่างกาย แก้อาการหวัด แก้ไอ
ยอดมะกอก	: แก้เลือดออกตามไรฟัน
ยอดจิก	: แก้ท้องร่วง
ถั่วพู	: ช่วยย่อยอาหาร ช่วยกระตุ้นการทำงานของลำไส้ใหญ่

ตัว	: ช่วยขับเสมหะ
มะม่วงดิบ	: ช่วยขับเสมหะ
แครอท	: บำรุงรักษาเซลล์บุผิว

สำหรับองค์ความรู้ที่เป็นด้านการจัดการด้านรสที่ใช้สถานประกอบการสปานั้น ผู้ประกอบการจะต้องเรียนรู้ว่าการบำบัดด้วยอาหาร (Food Therapy) เช่น การรับประทานอาหารสุขภาพ หรืออาหารสมุนไพรเพื่อช่วยระบบย่อยอาหาร หรือสร้างพลังงานที่สมดุล (Bio – Balancing Energy) การอดหรือลดอาหารบางประเภทเพื่อลดไขมันส่วนเกิน ทำให้รูปร่างดีสมส่วน ตลอดจนการล้างพิษ (Detoxifying) ในร่างกาย

สำหรับองค์ความรู้ในด้านการจัดการด้านรสที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ควรรู้นั้นมีว่า ในหลักการการดูแลสุขภาพของคร่อมหรือแพทย์ทางเลือก ให้ความสำคัญกับโภชนาการ (Nutrition) ว่าหมายถึง การรับประทานอาหารที่เหมาะสม มีคุณค่าครบ 5 หมู่ ซึ่งประกอบด้วย แป้ง โปรตีน ไขมัน ผัก ผลไม้ และไขมันในจำนวนที่พอเหมาะ ถูกสุขอนามัย หมายถึงความสะอาด และธรรมชาติ อันหมายถึง กระบวนการซึ่งไม่ถูกขัดขวางจากพลังที่มนุษย์สร้างขึ้น คือไม่ผ่านกระบวนการทำลายแหล่งธาตุ และเคมีธรรมชาติที่มีอยู่ในอาหาร หรือถูกทำลายน้อยที่สุด

ดังนั้น หลักการเบื้องต้นของอาหารเพื่อสุขภาพ จึงได้ถูกคิดค้นขึ้นมาหลายรูปแบบ เพื่อให้อาหารได้ถูกสุขอนามัย สอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติมากที่สุด เช่น

สุขอนามัยธรรมชาติ (Natural Hygiene)

สุขอนามัยธรรมชาติหรือศาสตร์ของชีวิต (Life Science) เป็นระบบสุขภาพระบบหนึ่ง ซึ่งกำหนดแนวทางการดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับองค์ประกอบทางธรรมชาติ หรือทางชีววิทยาของเรา เป็น การรับประทานอาหารสุขภาพที่มีรสอร่อยตามธรรมชาติ เรียนรู้การรับประทานอาหารตามธรรมชาติที่เหมาะสม มนุษย์ก็จะสามารถพัฒนาร่างกายให้มีสุขภาพที่ดี และรักษาตัวเองให้หายจากโรคภัยไข้เจ็บได้ตามธรรมชาติ

หลักพื้นฐานของอาหารสุขภาพแบบธรรมชาติอยู่ที่ว่า ร่างกายพยายามขวนขวายเพื่อพาตนเองไปสู่สุขภาพที่ดีเสมอ และมันจะทำสำเร็จ บรรลุถึงความมีสุขภาพดีได้ด้วยการทำความสะอาดตัวเอง ให้ปลอดจากของเสียที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ซึ่งโปรแกรมอดอาหาร (Fasting) นิยมนำเข้ามาใช้ควบคู่กับโปรแกรมการรับประทานที่เหมาะสมในงานเพื่อสุขภาพหลายอย่าง

การอดอาหาร (Fasting)

การอดอาหารเพื่อรักษาโรคเป็นกระบวนการซึ่งทำให้ร่างกายขาดอาหาร (ไม่รวมของเหลว) ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะเป็นการทำให้ร่างกายมีโอกาสทำความสะอาดตัวเอง และสร้างระเบียบกระบวนการในการเผาผลาญอาหารขึ้นมาใหม่

วิธีการอดอาหารมีหลายแบบ มีทั้งการอดอาหารแบบปริโภคแต่น้ำ ดื่มแต่น้ำผลไม้ หรือการจำกัดอาหาร ปริโภคแต่อาหารอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น รับประทานแต่เฉพาะผลไม้ หรือข้าวเจ้าเพียงอย่างเดียว ภายในระยะเวลาที่กำหนดอาจเป็นวันเดียว หนึ่งเดือน หรือนานกว่านั้น ทั้งนี้ต้องได้รับการดูแลสุขภาพร่างกายอย่างใกล้ชิด

การอดอาหารเป็นการจงใจงดเว้นอาหาร ซึ่งแตกต่างจากการขาดอาหาร หรือขาดสารอาหาร คำว่า “อดอาหาร” (Fasting) แปลว่า “ไปโดยไม่มีอาหาร หรือมีความเคร่งครัด” ส่วน “การขาดอาหาร” (Starve) แปลว่า “การตายอย่างเชื่องช้าเพราะความหิว”

การอดอาหารถูกนำมาใช้เป็นการปฏิบัติธรรม ถือเป็น การชำระล้างจิตใจและร่างกายให้บริสุทธิ์มาช้านาน และในกลไกของร่างกายที่ค้นพบอย่างหนึ่ง คือ เวลาไม่สบายคนเราจะไม่ยอมรับประทานอาหาร เป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ร่างกายใช้เพื่อให้หายจากโรคภัยไข้เจ็บตามธรรมชาติ เพราะยามเจ็บไข้ได้ป่วยร่างกายจะระดมพลังงานมาต่อสู้กับโรค จึงเหลือพลังงานมาทำความสะอาดจัดการกับระบบย่อยอาหารน้อยลง

ประโยชน์ของการอดอาหาร จะทำให้ร่างกายมีโอกาสได้พักผ่อนจากหน้าที่จำเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ร่างกายได้หันมามุ่งฟื้นฟูรักษาตนเอง ทั้งนี้ต้องทำอย่างเหมาะสม เพราะการอดอาหารอาจมีอันตรายได้ เนื่องจากการแพทย์ปัจจุบันพบว่า อาจมีการก่อกวนของนิ่วในถุงน้ำดี เพราะมีน้ำดีคั่งค้างอยู่เป็นเวลานาน โดยมีได้ถูกนำไปใช้ในการย่อยอาหารอย่างที่ควรทำตามกำหนด เวลารับประทานอาหารปกติ

วิตามินบำบัด (Vitamin Therapy)

เป็นการใช้วิตามิน แร่ธาตุ หรือใช้ทั้งสองอย่างประกอบกัน เพื่อวัตถุประสงค์ในการเยียวยารักษาอาการป่วย วิตามินและแร่ธาตุสามารถป้องกันโรค รวมทั้งป้องกันและแก้ไขปัญหาทางสรีระและทางจิตอื่น ๆ ได้ด้วย

วิตามินเป็นสารอินทรีย์ที่จำเป็นสำหรับโภชนาการของมนุษย์ ปัจจุบันนี้มีวิตามินที่ได้รับการรับรองว่าจำเป็นอยู่ 13 ชนิด แม้ว่าวิตามินจะไม่ได้ให้พลังงานแก่ร่างกาย แต่ร่างกายจำเป็นต้องใช้ในปริมาณเล็กน้อย เพื่อสร้างกระบวนการแปรอาหารไปเป็นเนื้อหนังและพลังงาน เช่น วิตามิน บี 1 ช่วยป้องกันโรคเหน็บชา พบสารไทอามีนมากในข้าวที่ไม่มีการขัดขาว วิตามิน บี 3 ช่วยรักษาอาการผิวหนังเป็นเกิร์ด ท้องเสีย และโรคจิตเสีย สับสน ประสาทหลอน วิตามินซี รักษาได้หลายโรค เช่น ช่วยป้องกันโรคลักปิดลักเปิด เลือดออกตามไรฟัน พบในผลไม้รสเปรี้ยว วิตามินดี ช่วยป้องกันโรคกระดูกอ่อน ส่วนธาตุสังกะสี สามารถแก้ไขสภาพตาบอดตอนกลางคืนได้ เป็นต้น

มีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารหลายสถาบันไม่นิยมให้รับประทานวิตามินสังเคราะห์ แต่แนะนำให้รับประทานอาหารครบรูปแทน ซึ่งจะให้วิตามินตามธรรมชาติที่ดีที่สุด

อาหารสูตรครบรูป (Whole Food Diet)

อาหารสูตรครบรูปเป็นแผนการทางโภชนาการที่ใช้อาหารธรรมชาติบริสุทธิ์ และครบหมดทุกส่วนในการต่อสู้กับโรค รักษาสุขภาพที่ดีและดูแลสุขภาพของร่างกาย คำว่า “อาหารครบรูป” หมายถึงการรับประทานอาหารทั้งหมดครบถ้วน โดยไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งใด ๆ รับประทานเนื้อสัตว์ป่าหรือเนื้อสัตว์ที่เลี้ยงโดยไม่ใช้สารเคมีใด ๆ จะได้รับแหล่งธาตุเคมีตามธรรมชาติที่บริสุทธิ์ที่สุด ไม่เกิดพิษหรืออันตรายที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทางนิเวศวิทยา สรุปได้ว่า ยิ่งเรากินอาหารธรรมชาติที่บริสุทธิ์ สด และครบถ้วนมากเพียงไร เราก็จะยังมีโอกาสที่เราจะรักษาสุขภาพที่ดี และหลีกเลี่ยงโรคภัยไข้เจ็บได้มากขึ้นเพียงนั้น

ดังนั้นการที่จะให้มีสุขภาพดี และรักษาภาวะที่มีสุขภาพดีที่สุดไว้ ต้องปฏิบัติดังนี้

1. รับประทานอาหารที่เหมาะสม ซึ่งให้สารอาหารที่จำเป็นในปริมาณที่ถูกต้อง
2. หลีกเลี่ยงอาหารที่เป็นโทษ เช่น อาหารรมควัน อาหารใส่เกลือ รสเค็มจัด อาหารทอด น้ำมัน อาหารที่มีปริมาณน้ำตาลตามทฤษฎีปริมาณมาก รสหวานจัด อาหารที่เหม็นหืน อาหารขยะอื่น ๆ

ประโยชน์ของโภชนาการที่เหมาะสม คือ ช่วยในการรักษาโรค ทำให้มีพลังงาน และมีชีวิตชีวาขึ้น ก่อให้เกิดความสุขสบาย

การหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นอันตรายทำให้ต่อมทั้งหมด ตลอดจนอวัยวะและเนื้อเยื่อต่าง ๆ ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น สรุปได้ว่า อาหารหรือโภชนาการที่เหมาะสมจัดเป็นยารักษาโรค และช่วยบำบัดรักษาความเจ็บไข้ได้ป่วยได้อย่างดี และเป็นส่วนที่แยกออกไม่ได้จากการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะเป็นสิ่งจำเป็นหากจะให้การรักษาโรคด้วยยาได้ผล ต้องมีโภชนาการที่เหมาะสมสอดคล้องควบคู่กันไป

การจัดการด้านรสของสถานประกอบการสปาในเขตภูเก็ต พังงา และกระบี่

สปาบางแห่งที่พยายามนำเสนอการให้บริการที่ครบวงจร ซึ่งประกอบด้วยรูป รส กลิ่น เสียง ได้จับเอาแนวคิดด้านธาตุเจ้าเรือนมาใช้ในการบริการอาหารให้กับผู้ใช้บริการสปา ทั้งนี้โดยอาศัยแนวคิดการดูแลสุขภาพของคนไทยในสมัยโบราณมาใช้ โดยมีแนวคิดว่าการหมุนรอบตัวเองของโลกใน 24 ชั่วโมง เกิดการแปรปรวนของธาตุต่าง ๆ แตกต่างกันไป (ศิริญา, 2548) โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

เวลา 06.00 – 10.00 น. และ 18.00 – 22.00 น. ธาตุน้ำกระทำโทษ มักมีอาการน้ำมูกไหลหรือท้องเสีย

เวลา 10.00 – 14.00 น. และ 22.00 – 02.00 น. ธาตุไฟกระทำโทษ มักมีอาการไข้หรือเสบท้อง ปวดท้อง

เวลา 14.00 – 18.00 น. และ 02.00 – 06.00 น. ธาตุลมกระทำโทษ มักมีอาการวิงเวียน ปวด
เมื่อย อ่อนเพลีย เป็นลมในยามบ่าย

จากแนวคิดนี้ผู้ประกอบการสปาบางแห่งสามารถนำมาใช้ในการออกแบบน้ำสมุนไพรที่ใช้
เสิร์ฟผู้ให้บริการ ว่า เป็นน้ำสมุนไพรที่ช่วยดับอาการผิดปกติของร่างกายในช่วงระยะเวลานั้นพอดี อีกทั้ง
ทั้งเมนูอาหารที่ให้บริการในร้านอาหารของสถานประกอบการสปาของตนเอง มีการออกแบบเมนูให้
เหมาะสมกับธาตุเจ้าเรือนของผู้ให้บริการ

ปัจจุบัน ในส่วนของการจัดการด้านอาหารของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา
และกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นเพียงการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ให้บริการ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำเก๊กฮวย น้ำ
มะขาม น้ำใบเตย น้ำมะตูม น้ำขิง น้ำตะไคร้ เป็นต้น ทั้งนี้โดยเสิร์ฟในช่วงแรกที่ผู้ให้บริการเข้ามา และ
เสิร์ฟอีกครั้งในช่วงเสร็จสิ้นการบริการ และช่วงพักของผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่ยังไม่มีโปรแกรมด้านการ
บำบัดโดยใช้อาหาร

มีเพียงที่ Sukkho @ Thai Cultural Spa ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตเท่านั้นที่มี
การนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเน้นการออกแบบเมนูอาหารให้เหมาะสมกับธาตุเจ้าเรือนของ
ผู้ให้บริการ รวมทั้งการใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมดในการปรุงอาหาร โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมการ
รับประทานอาหารแบบไทย ๆ เข้าไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการด้วย

ส่วนสถานประกอบการสปาอื่น ๆ ยังไม่มีการจัดการด้านอาหารที่เป็นรูปธรรมชัดเจน มีเพียง
การเสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ให้บริการเท่านั้น

อย่างไรก็ตามสถานประกอบการสปาที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจการบริการสปาแบบครบ
วงจรก็ได้มีความพยายามที่จะนำอาหารเพื่อสุขภาพเข้ามาให้บริการในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น
ทั้งนี้โดยเริ่มต้นจากการทำน้ำสมุนไพร และให้บริการแก่ผู้ให้บริการ

2.4.3 แนวคิดด้านการจัดการด้านกลิ่น

การจัดการด้านกลิ่น (Aroma therapy Management)

โดยทั่วไปการจัดการด้านกลิ่นนั้น ถือเป็นหัวใจสำคัญของสปา เพราะการบำบัดแบบองค์
รวมจะต้องสร้างความสมดุลทั้งกาย ใจ จิตวิญญาณ กลิ่นมีผลต่อระบบหายใจ ระบบการย่อยอาหาร
ระบบความจำ โดยเฉพาะการควบคุมอารมณ์ นอกจากนี้จะช่วยในการป้องกันเชื้อแบคทีเรีย แต่ต้อง
ระวังในการเลือกใช้กลิ่น โดยต้องใช้กลิ่นเฉพาะน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากธรรมชาติเท่านั้น อย่าใช้
น้ำหอมที่มาจากสารสังเคราะห์ที่มีลักษณะกลิ่นเหมือนกับดอกไม้หรือสมุนไพร

การจัดการด้านกลิ่นในสถานประกอบการสปานั้น สอดคล้องกับแนวคิดของไทยสัปปายะที่ว่า
อตุสบาย – บรรยากาศ (สิ่งแวดล้อม) ซึ่งหมายถึง สถานที่ที่แวดล้อมไปด้วยบรรยากาศที่ดี อากาศ

บริสุทธิ์ อากาศถ่ายเทได้ดี มีต้นไม้ ให้ความร่มรื่น อุณหภูมิพอเหมาะไม่ร้อนหรือเย็นเกินไป มีกลิ่นหอมจากธรรมชาติ มีความเงียบสงบ (กระทรวงสาธารณสุข,2547)

ดังนั้น สถานประกอบการสปาที่เหมาะสมจะต้องมีระบบการจัดการกลิ่นที่เหมาะสมด้วย ทั้ง ๆ ที่ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการนั้น กำหนดไว้เพียงว่า กลิ่นในสถานประกอบการสปา จะต้องไม่อัปชั่น มีการระบายอากาศที่เหมาะสม แต่เพื่อสร้างความประทับใจ และเป็นกาทำให้บริการสปาที่เป็นแบบครบวงจร ผู้ประกอบการ หรือผู้ดำเนินการสปา จะต้องมีความรู้ทางด้านความสัมพันธ์ของกลิ่นที่มีต่อระบบร่างกายของมนุษย์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการกลิ่น หรือสุคนธบำบัดที่ใช้ในการให้บริการสปา

องค์ความรู้ด้านการจัดการด้านกลิ่น

ในคำว่า Aroma - therapy สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 คำ คือ คำว่า Aroma หมายถึง เครื่องหอมหรือกลิ่นหอม และคำว่า Therapy ซึ่งหมายถึง การบำบัด หรือ ทรีทเม้นท์

เนื่องจากกลิ่นหอมจากพืช คือ ส่วนของน้ำมันหอมระเหย (Essential Oils) ดังนั้น Aromatherapy คือ ทรีทเม้นท์ที่ใช้ Essential Oils นั้นเอง

โดยทั่วไป Essential Oils หมายถึง ส่วนที่มีชีวิตของพืช หรือฮอร์โมนของพืช ซึ่งจะมีอยู่น้อยมาก หรือมีอยู่เพียง 0.01% เท่านั้น ถ้านำดอกส้ม 10 ถึงใหญ่ มาสกัดจะได้ Neroli Essential Oil ที่บริสุทธิ์จำนวนเล็กน้อยเท่านั้น ต่อมาต่างๆ ในร่างกายของคนเราจะผลิตฮอร์โมนมากมายหลายชนิด ซึ่งจะมีผลต่อระบบการทำงานในร่างกาย เช่นเดียวกับฮอร์โมนของพืชทั้งหลายก็มีความสามารถที่จะให้ผลแตกต่างกันไปตามชนิดของมัน เมื่อเลือกใช้อย่างถูกต้อง

ราคาของ Essential Oils ขึ้นอยู่กับ 1) จำนวนของน้ำมันที่สกัดออกมาได้ 2) แหล่งที่มา 3) ต้นทุนของการปลูกหรือค่าแรง และ 4) ต้นทุนการสกัดหรือโรงงาน

Essential Oils ส่วนใหญ่มีราคาแพง สถานประกอบการสปาที่มีชื่อเสียง และต้องการมาตรฐานในการให้บริการมักจะเลือกซื้อ Essential Oils จากบริษัทที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่ยอมรับ เพื่อความมั่นใจว่าจะไม่มีการปลอมปน ทำให้เจือจางหรือผสมน้ำมันสังเคราะห์

การนำน้ำมันไปใช้ในการบริการสปานั้นทำได้โดย 1) การสูดดม (Inhalation) 2) การทำให้ซึมเข้าสู่ผิว (Penetration)

Essential Oils แยกได้ 3 ระดับ คือ

- 1) ระดับที่หนึ่ง คือ ระดับ Top Nose เป็นระดับที่ใช้ศัพท์ว่า “Hits You” หรือชะงัดทันที ซึ่งเป็นกลิ่นที่ทำให้เกิดการกระตุ้น ตื่นตัว แก้อ่อนเพลีย เช่น กลิ่นเกรฟฟรุต (Grapefruit) กลิ่นเลมอน (Lemon) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลิ่นน้ำมันไซตรัส (Citrus Oil)

- 2) ระดับที่สอง คือ ระดับ Middle Nose เป็นระดับที่ใช้ศัพท์ว่า “Gives off later with warmth” เป็นกลิ่นที่ช่วยปรับสมดุลของร่างกาย (Re - balancing) เช่น กลิ่นลาเวนเดอร์ (Lavender) กลิ่นเจอร์มานีเยม (Geranium) กลิ่นพริกไทยดำ (Black Pepper) กลิ่นโรสแมรี่ (Rosemary) กลิ่นคาโมมาย (Chamomile) และกลิ่นเมลิสสา (Melissa)
- 3) ระดับที่สาม คือ ระดับ Base Nose เป็นกลิ่นที่ติดทนนาน (Last – long term smell) ให้ความรู้สึกสบายได้พักผ่อน เช่น กลิ่น Sandalwood กลิ่น Neroli กลิ่น Ylang Ylang และ กลิ่น Patchouli

น้ำมันหอมระเหยจะต้องเก็บไว้ในขวดสีอำพันและเก็บในที่เย็น อายุของน้ำมันหอมระเหยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1 –2 ปี บางกลิ่นยิ่งเก็บไว้นานยิ่งกลิ่นแรงขึ้น แสงแดดทำให้น้ำมันหอมระเหยที่เป็น Top Nose และ Middle Nose ที่เป็นหัวเชื้อถูกทำลาย ส่วนน้ำมันหอมระเหยระดับ Base Nose จะมีกลิ่นแรง เข้มข้น เมื่อถูกแสงแดด

การใช้ น้ำมันหอมระเหยโดยการนวดเข้าสู่ผิว ต้องผสมด้วยน้ำมันที่เป็นตัวนำในการนวด เรียกว่า “Carrier Oil” ซึ่งเป็น Base Oil น้ำมันที่ใช้ผสมนี้จะไม่มีการซึมเข้าผิว

คุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหยเพื่อการบำบัด และกระตุ้นสมรรถภาพ

การบำบัดร่างกายด้วยกลิ่นนิยมมานานแล้วในต่างประเทศ แต่เพิ่งเข้ามาในประเทศไทย และถึงแม้ว่าสูคนบำบัดจะเป็นการใช้กับร่างกายภายนอกเท่านั้น ซึ่งเป็นแต่เพียงกลิ่นในอากาศ จับต้องไม่ได้ แต่อำนาจในการซึมซาบของกลิ่นหอมเหล่านี้สูงมาก ดังนั้น จึงสามารถส่งผลกระทบต่อระบบการควบคุมต่าง ๆ ของร่างกายภายในได้ และเมื่อกลิ่น คือ สิ่งที่มีอยู่รอบตัวในชีวิตประจำวัน การบำบัดรักษาสุขภาพด้วยกลิ่น หรือเครื่องหอมใด ๆ จึงกลายเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ไม่ยาก อีกทั้งเป็นสิ่งที่เราค้นพบตัวเองได้อย่างน่าประหลาดใจอีกด้วย

คุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหยโดยภาพรวม

จาร์ล ไซมอนด์ และพิสสม มะลิสสุวรรณ (2546) ได้เรียบเรียงเนื้อหาความรู้ด้านน้ำมันหอมระเหยในหนังสือเรื่อง หอมระเหย...ศาสตร์แห่งการบำบัด ทั้งนี้โดยมีการแบ่งประเภทของน้ำมันหอมระเหยตามวัตถุประสงค์การใช้ดังนี้

- กระตุ้นเส้นประสาท ประกอบด้วย ชินนามอน ชิง มะลิ เปปเปอร์มินต์ กุหลาบ ไม้จันทร์ สเปียร์มินต์ ไธม์ กระดังงา
- เพิ่มความอยากอาหาร ประกอบด้วย คาโมไมล์ ชินนามอน เฟนเนล ชิง เปปเปอร์มินต์ สเปียร์มินต์ ไธม์
- หยุดเลือด ประกอบด้วย เจอราเนียม มะนาว

- การหายใจ ประกอบด้วย เครื่องเทศทุกชนิด ไม้ซีดาร์ โคลฟ ยูคาลิปตัส ลาเวนเดอร์ ตะไคร้ มาร์จอแรม เปปเปอร์มินต์ สน โรสแมรี่ สเปียร์มินต์ ที- ตรี โธม
- ความสงบ ประกอบด้วย เครื่องเทศทุกชนิด ไม้ซีดาร์ เซเลอริ คาโมไมล์ เจอรานิยม ลาเวนเดอร์ มะนาว ตะไคร้ แมนดาริน มาร์จอแรม ส้ม กุหลาบ ไม้จันทร์ กระดังงา
- กระตุ้นการสื่อสาร ประกอบด้วย เจอรานิยม กระดังงา
- อาการคั่งบวม ประกอบด้วย ยูคาลิปตัส ลาเวนเดอร์ โธม มาร์จอแรม เปปเปอร์มินต์ สน สเปียร์มินต์
- ทำให้เย็น ประกอบด้วย ยูคาลิปตัส เกรฟฟรุต มะนาว สเปียร์มินต์ และเปปเปอร์มินต์
- การย่อยอาหาร ประกอบด้วย เครื่องเทศทุกชนิด คาโมไมล์ โคลน ชิง ลาเวนเดอร์ ตะไคร้ มาร์จอแรม พริกไทยดำ เปปเปอร์มินต์ สเปียร์มินต์ โรสแมรี่ โธม
- เพิ่มพลัง ประกอบด้วย ชิง เกรฟฟรุต มะนาว เปปเปอร์มินต์ สน โรสแมรี่ สเปียร์มินต์
- ลดความเหนียวล้า มะกรูด ชินนามอน โครฟ ชิง เกรฟฟรุต มะนาว เปปเปอร์มินต์ สน โรสแมรี่ สเปียร์มินต์ ไหระพา
- การอักเสบ ประกอบด้วย คาโมไมล์ ยูคาลิปตัส เจอรานิยม ลาเวนเดอร์ ตะไคร้ มาร์จอแรม กุหลาบ เปปเปอร์มินต์ สเปียร์มินต์ โธม
- แผลงักัด ประกอบด้วย คาโมไมล์ ลาเวนเดอร์ มะนาว มาจอร์แรม ไหระพา

ดังนั้น สุนทรบำบัด (Aroma therapy) จึงเป็นการเลือกใช้กลิ่นของน้ำมันหอมระเหยที่มีประโยชน์ต่อการบำรุงรักษาสุขภาพกายได้คำแนะนำของหมอ เช่น กลิ่นกำยานช่วยลดความเครียดและอาการปวดตามข้อ กลิ่นคาโมมาย (Chamomile) ซึ่งเป็นสมุนไพรจากเยอรมันนี้และใช้กระตุ้นได้ดีสำหรับผู้เป็นไมเกรน กลิ่นจุนิเปอร์ (Juniper) ซึ่งทำจากผลแห้งของลูกเบอร์รี่ แล้วนำไปสกัดด้วยการกลั่นไอน้ำ เมื่อผสมน้ำอาบสามารถช่วยลดอาการปวดตามข้อและกล้ามเนื้อ แก้อาการเครียด และช่วยการไหลเวียนของโลหิต ส่วนกลิ่นลาเวนเดอร์ (Lavender) สามารถแก้อาการไมเกรน แพ้แสงแดด ปวดเมื่อยตามร่างกาย หงุดหงิด ปวดเมื่อยจากประจำเดือน และปัญหาจุดต่างด้า

การจัดการด้านกลิ่นของสถานประกอบการสปาในเขตภูเก็ต พังงา และกระบี่

ในการจัดการด้านกลิ่นของสถานประกอบการในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่นั้น ค่อนข้างมีหลากหลาย ทั้งนี้โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) สปาบางแห่งที่มีเงินทุนสูงก็จะใช้กลิ่นที่เป็นธรรมชาติจริง ๆ โดยชูเป็นจุดเด่นของสปาแห่งนั้นเลยว่า น้ำมันหอมระเหย อโรมาที่ใช้ในสปาแห่งนั้นเป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งผลิตที่ไร้สารเคมีหรือไม่ผ่านกระบวนการทางเคมีในการผลิต (Organic Farm) ไม่มีผลเสียต่อร่างกาย

2) ที่มาของน้ำมันหอมระเหย มีทั้งผลิตในประเทศไทย และสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ สปาบางแห่งคิดสูตรขึ้นมาเอง แล้วจ้างบริษัทในประเทศไทยผลิตให้ สปาบางแห่งนำเข้าจากต่างประเทศ

3) สปาบางแห่งจะไม่ใช้น้ำมันหอมระเหย ที่เป็นการใช้กลิ่นที่เกิดจากการเผาไหม้น้ำมันหอมระเหย (Burners) เนื่องจากมีการค้นพบว่า การใช้ Burners ในระยะเวลาที่นาน จะก่อให้เกิดควัน และมีผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว ผลกระทบนี้ส่วนใหญ่มักเกิดกับผู้ให้บริการสปา ดังนั้นจึงหันมาใช้บุหงารำไป ซึ่งมีความปลอดภัยสูงกว่า

4) สถานประกอบการสปาที่มีสูตรน้ำมันหอมระเหยเป็นของตัวเองมีความพยายามที่จะสร้างแบรนด์ แบบไทย ๆ โดยมีการตั้งชื่อน้ำมันหอมระเหยให้เป็นชื่อแบบไทย ๆ เช่น กลิ่นชอบคุณ กลิ่นใจดี กลิ่นความสงบ ทั้งนี้มีการอธิบายความหมายของคำ พร้อมทั้งส่วนผสมและสรรพคุณของกลิ่นนั้นที่จะมีผลต่อร่างกายและจิตใจของผู้ใช้บริการ

5) ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีร้านขายของที่ระลึกให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งน้ำมันหอมระเหยที่เป็นผลิตภัณฑ์ของสปานั้น ก็จะเป็นของหนึ่งในของที่ระลึกให้กับผู้ใช้บริการได้ซื้อกลับไปใช้ที่บ้าน

6) ปัจจุบัน ผู้ประกอบการสปา หรือผู้ดำเนินการสปาพยายามหาจุดเด่นให้กับสถานประกอบการสปาของตนเอง จึงมีความพยายามศึกษาค้นคว้า หาข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันหอมระเหยมากขึ้น ทำให้ผู้ดำเนินสปามีความรู้ทางการใช้น้ำมันหอมระเหยมากขึ้น โดยรู้ทั้งผลดีและผลเสีย ของน้ำมันหอมระเหย มีวิธีการผสมน้ำมันหอมระเหยที่เหมาะสม สนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น รวมทั้งมีแนวโน้มในการสร้างความปลอดภัยด้านนี้มากขึ้น

7) สปาบางแห่งจะให้ผู้บริการสปาได้เรียนรู้ถึงสูตรน้ำมันหอมระเหยด้วย พร้อมทั้งให้เรียนรู้ในส่วนผสมของน้ำมันหอมระเหยที่ใช้ในการให้บริการ เนื่องจากมองว่า ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้สื่อสารกับผู้บริการโดยตรง แต่สปาบางแห่งจะไม่บอกสูตรน้ำมันหอมระเหยให้ผู้บริการทราบ เนื่องจากมองว่าเป็นข้อมูลลับ เปิดเผยไม่ได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันยังคงมีความหลากหลายค่อนข้างมาก การใช้น้ำมันหอมระเหยยังคงเป็นปัญหาในบางส่วน ทั้งนี้เพราะว่าสถานประกอบการบางแห่งยังใช้น้ำมันหอมระเหยที่เป็นสารสังเคราะห์ เพื่อเป็นการลดต้นทุน เพราะจากข้อมูลด้านราคาของน้ำมันหอมระเหย พบว่า น้ำมันหอมระเหยที่เป็นกลิ่นธรรมชาติจริง ๆ จะมีราคาสูงมาก เช่น น้ำมันหอมระเหยกุหลาบที่เป็นของธรรมชาติจริง ๆ ขนาด 15 มิลลิตร จะมีราคาประมาณ 3,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สูงมาก ประกอบกับปัญหาด้านการตัดราคาทำให้สถานประกอบการสปาต้องหันมาลดต้นทุนด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ

2.4.4 แนวคิดด้านการจัดการด้านเสียง

การจัดการด้านเสียง (Music Therapy Management)

หลักทั่วไปในการใช้เสียงในสปา นั้น เสียงเพลงที่ใช้ในสปาจะเป็นเพลงบำบัด ที่มีผลโดยตรงต่อการเต้นของหัวใจ และทำให้ผู้ฟังมีอาการผ่อนคลาย เสียงธรรมชาติหรือเสียงดนตรีบรรเลงมักจะถูกนำมาใช้ในสปา

ในด้านการจัดการด้านเสียงในสปา นั้น สอดคล้องกับแนวคิดของไทยสปาว่าจะที่ว่า สวรรค์สบาย – เสวนา (การได้ยิน ได้ฟัง พูดคุยสนทนา) ซึ่งหมายถึงการได้ยินได้ฟังเสียงที่ก่อให้เกิดความสบาย ซึ่งประกอบด้วย เสียงจากธรรมชาติ เช่น เสียงน้ำไหล น้ำตก เสียงลมพัด เสียงคลื่น หรือเสียงนก ร้อง เป็นต้น และเสียงจากแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เสียงดนตรี เสียงเพลง เป็นต้น

การบำบัดด้วยเสียง (Music Therapy) เช่น การใช้เสียงดนตรีหลากหลายประเภทที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการภายใต้ความเห็นของแพทย์ เช่น การใช้เสียงในน้ำ หรือการฟังเสียงแปลกใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเสียงคลื่นทะเล เสียงสัตว์ต่าง ๆ ซึ่งคลื่นเสียงจะมีส่วนกระตุ้นระบบประสาทสัมผัสให้ตื่นตัว ช่วยให้ระบบการทำงานในร่างกายกระตือรือร้น

การจัดการด้านเสียงในสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ในการจัดการด้านเสียงของสถานประกอบการสปาในสามเหลี่ยมอันดามันนั้นมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สถานประกอบการสปาที่มีขนาดใหญ่ และมีการให้บริการแบบองค์รวมจะจ้างนักดนตรีออกแบบเสียงดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสปาแห่งนั้นเอง และมีการตั้งชื่อเพลงให้เหมาะสมกับสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดนตรีที่นำมาใช้ในการบรรเลงส่วนใหญ่เป็นทั้งดนตรีในสไตล์ตะวันออก และตะวันตก ส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาจะเงินลงทุน และจะนำแผ่นซีดีดนตรีนั้นมาขายเป็นของที่ระลึกในร้านขายของที่ระลึกของสปาแห่งนั้นด้วย
2. สถานประกอบการสปาบางแห่งยังไม่มีกรเรียบเรียงเสียงดนตรีเป็นของสปาแห่งนั้นเอง แต่ดนตรีที่ใช้มาจากการศึกษาค้นคว้าของผู้ดำเนินการสปา และนำมาใช้ในการสถานประกอบการสปาแห่งนั้น

สำหรับการบำบัดด้วยดนตรีเป็นหลักนั้นยังไม่มี แต่เสียงดนตรี และเสียงธรรมชาติสำหรับสปาในบางแห่งที่มีที่ตั้งแวดล้อมด้วยธรรมชาติ เช่น มีเสียงคลื่นจากชายหาด มีเสียงลมพัด เสียงนกร้องจากป่าโดยรอบ ก็จะทำให้เสียงที่เป็นธรรมชาติมาประกอบการให้บริการอื่น ๆ เช่น การนวด

2.4.5 แนวคิดด้านการจัดการด้านสัมผัส

การจัดการด้านสัมผัส (Massage Therapy)

การจัดการด้านสัมผัสในสปาไปสอดคล้องกับแนวคิดของไทยสปาอายุที่ถือว่า อิริยาบถสบาย (นั่ง นอน เดิน ยืน) ซึ่งหมายถึงอากัปกริยาท่าทาง และพฤติกรรมกรดำรงชีวิต เช่น การยืน การเดิน การนั่ง การนอน ที่ก่อให้เกิดสุขภาพที่ดีอย่างไทยทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมทั้งอากัปกริยาที่แฝงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย เช่น การไหว้ การกราบพระ การนั่งสมาธิ การเดินจงกรม การทำฤกษ์ตัดตน การเล่นเกมการเล่นต่าง ๆ หรือกีฬาของไทย เป็นต้น

โดยทั่วไปในการให้บริการสปานั้น การจัดการด้านสัมผัสส่วนใหญ่คนทั่วไปมักจะคิดโยงถึงการนวด ซึ่งการนวดโดยทั่วไปนั้นมีวัตถุประสงค์ใน 3 ระดับด้วยกัน

ระดับที่ 1 เป็นบริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Service) ประกอบด้วย นวดบำบัด (Massage Therapy) เช่น นวดแผนโบราณแบบไทย นวดอายุรเวทแบบอินเดีย นวดน้ำมันแบบสวีเดน นวดแบบชิอาสึ หรือเรกิแบบญี่ปุ่น นวดตามสถานที่ (On - Site Massage) หรือการนวดแผนใหม่ เช่น นวดฝ่าเท้า (Reflexology) นวดด้วยน้ำ (Hydro Therapy) นวดด้วยหิน (Stone Massage) นวดด้วยเลเซอร์หรือเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ (Laser / Electronic Massage)

ระดับที่ 2 เป็นบริการที่บำรุงรักษาสุขภาพ (Wellness Oriented Service) ประกอบด้วย การนวดบำบัด (Massage Therapy) เน้นการนวดที่หนักมือ (Deep Tissue Massage) หรือนวดนักกีฬา (Sport Massage) เพื่อแก้ปัญหาความเจ็บปวดจากอุบัติเหตุ เล่นกีฬา หรือมีปัญหาปวดเมื่อยเรื้อรังจากการทำงานไม่ถูกสุขลักษณะมานาน หรือทำงานหักโหมเกินกำลัง การนวดฝ่าเท้า (Reflexology) การนวดขจัดไขมัน (Cellulite Rub) ตลอดจนการนวดรักษาโดยผู้นวดที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านบำบัดโรค เช่น โรคข้ออักเสบ (Arthritis) โรคปวดกล้ามเนื้อ (Fibromyalgia) การปวดหัว (Headaches) การปวดหลัง (Low Back Pain) และอาการป่วยอื่น ๆ (Other Ailments) รวมทั้งการนวดสำหรับเด็ก (Infant Massage) การนวดผู้ตั้งครรภ์ (Pregnant Massage) และการนวดกะโหลกศีรษะ (Craniosacral Massage)

ระดับที่ 3 เป็นบริการที่ช่วยเสริมความงาม (Beauty Oriented Service) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การดูแลรักษาหน้า (Facial Treatment) เช่น การนวดหน้า (Face Massage) การบำรุงผิวหน้าด้วยกลิ่นหอมระเหย (Aroma Facial) การบำรุงหน้าเพื่อลดริ้วรอยแห่งวัย (Anti - Aging Facial) การทำให้ผิวชุ่มชื้น (Moisturizing Facial) การบำรุงหน้า (Revitalizing Facial) ด้วยวิตามินหรือสมุนไพรต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 การบำบัดร่างกาย (Body Treatment) เช่น การขัดผิว (Scrub) ด้วยน้ำมันเปปเปอร์มินต์ (Peppermint Oil) หรือเกลือทะเล (Sea Salt) การอบซาวน่า (Sauna) หรือการ

อบไอน้ำด้วยกลิ่นหอม (Aroma Steam Bath) การอาบน้ำนม (Milk Bath) หรือการอาบน้ำแร่ (Mineral Bath) การขัดด้วยการห่อ (Wraps) หรือการพอก (Mask) โดยใช้สาหร่ายทะเล (Seaweed) เกลือจากทะเลดำ (Dead Sea Salts) หรือ โคลน (Mud) การขจัดลอกผิว (Body Exfoliation) การทำความสะอาดผิว (Cleansing Treatment) ส่วนที่ 3 การเสริมสวย (Beauty Treatments) เช่น การทำเล็บมือ (Manicure) การทำเล็บเท้า (Pedicure) การทำผมหรือการดูแลรักษาเส้นผม (Hair Care) การบำรุงรักษาตา (Eye Care) การถอนขน (Waxing) รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามและสุขภาพ

การจัดการด้านสัมผัสในสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

เดิมที่สถานประกอบการสปาในเขตสามเหลี่ยมอันดามันยังไม่มีสถานประกอบการสปาประเภทบริการเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วย หรืออาการผิดปกติทางร่างกายของผู้ใช้บริการ เนื่องจากสปาประเภทนี้จะต้องได้รับอนุญาตแบบพิเศษทางการแพทย์ และจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการให้คำปรึกษาและการบำบัด (Medical Spa) ดังนั้น การจัดการด้านสัมผัสของสถานประกอบการสปาในเขตนี้จึงเป็นการนวดในระดับที่ 1 คือ เป็นบริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Service) และระดับที่ 3 คือ เป็นบริการที่ช่วยเสริมความงาม (Beauty Oriented Service) โดยที่ผู้ดำเนินการสปาจะเป็นผู้ฝึกหัดด้านการนวดให้กับผู้ให้บริการ

ปัจจุบันนี้มีสถานประกอบการสปาบางแห่งร่วมมือกับโรงพยาบาลแล้วเปิดให้บริการในรูปแบบ Medical Spa ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่สามารถให้การรักษาในระดับที่ 2 ได้ คือ การบำบัดร่างกาย (Body Treatment) เช่น การขัดผิว (Scrub) ด้วยน้ำมันเปปเปอร์มินต์ (Peppermint Oil) หรือเกลือทะเล (Sea Salt) การอบซาวน่า (Sauna) หรือการอบไอน้ำด้วยกลิ่นหอม (Aroma Steam Bath) การอาบน้ำนม (Milk Bath) หรือการอาบน้ำแร่ (Mineral Bath) การขัดด้วยการห่อ (Wraps) หรือการพอก (Mask) โดยใช้สาหร่ายทะเล (Seaweed) เกลือจากทะเลดำ (Dead Sea Salts) หรือ โคลน (Mud) การขจัดลอกผิว (Body Exfoliation) การทำความสะอาดผิว (Cleansing Treatment)

ในขณะนี้ภูเก็ต เฮลท์ สปา ได้ร่วมมือกับโรงพยาบาลป่าตองเปิดให้บริการแบบบำบัดรักษา โดยเน้นการนวดกดจุด และการฝังเข็ม โดยเปิดให้บริการที่โรงพยาบาลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต และใช้ชื่อว่า Patong Medical Spa ทั้งนี้เพราะทางโรงพยาบาลต้องการเน้นกลุ่มลูกค้า หรือผู้ใช้บริการที่เป็น Health Tour และเริ่มให้เปิดบริการตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการที่จะมีสปาประเภท Medical Spa ในแถบอันดามัน

ในขณะเดียวกัน สปาของภาคเอกชนจะได้รับประโยชน์จากการร่วมมือจากโรงพยาบาลว่าเป็นการยกระดับจาก เดย์สปา เป็นเมดิคอลสปา ซึ่งดูว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกว่า และมีความเชี่ยวชาญกว่า ทั้งนี้บุคลากรที่ให้บริการจะเป็นทั้งแพทย์แผนไทย และผู้ให้บริการสปา ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการด้วยว่ามีอาการป่วยหรือไม่ ถ้ามีอาการป่วย หรือเป็นผู้ป่วย จะต้องใช้แพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นบุคลากรของ

โรงพยาบาล แต่ถ้ามาใช้บริการเพื่อความผ่อนคลายก็จะเป็นการบริการของสปาเอกชน ทั้งนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหาร การดำเนินงาน และการบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

เคล็ดลับในการจัดการด้านสัมผัสที่สถานประกอบการใช้อยู่ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการมีส่วนใหญ่มิได้ดังนี้คือ

1. ผู้ดำเนินการสปา หรือผู้แนะนำสปาเมานูให้กับผู้ใช้บริการจะต้องบอกผู้ใช้บริการตามตรงว่าการนวดที่บริการอยู่นั้นเป็นการนวดเพื่อการผ่อนคลาย ไม่ใช่เป็นการนวดเพื่อการบำบัดรักษา หรือเป็นการนวดเพื่อลดไขมัน ในกรณีที่สถานประกอบการของตัวเองไม่ใช่เมดิคอลสปา การบอกผู้ใช้บริการตามตรงเป็นการแสดงถึงความซื่อสัตย์ที่ผู้ประกอบการสปามีต่อผู้ใช้บริการ และเป็นการตกลงเบื้องต้นกับผู้ใช้บริการ

2. ทานวด และระยะเวลา ในการนวดส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีพื้นฐานมาจากการนวดไทย แต่ละสถานที่จะมีเคล็ดลับแตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้ดำเนินการสปาจะต้องฝึกผู้ใช้บริการสปาทุกครั้งที่มาทำงานในสถานประกอบการสปา ถึงแม้ว่าพนักงานคนนั้นเคยมีประสบการณ์ทางการนวดมาก่อนก็ตาม ทั้งนี้เพราะต้องการให้ท่านนวดในสถานประกอบการสปาของตัวเองมีมาตรฐานเดียวกันนั่นเอง สปาบางแห่งนิยมรับพนักงานใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ด้านการนวดมาก่อน เนื่องจากจะสามารถสอนท่านนวดที่เป็นรูปแบบของสปาของตัวเองได้ง่ายกว่าผู้ที่มีประสบการณ์มาก่อน ซึ่งบางครั้งยากต่อการเปลี่ยนแปลง

3. ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการนิยมการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย ผู้ดำเนินการสปามักเอาการนวดไปผสมกับการให้บริการด้านอื่น ๆ แล้วจัดทำเป็นแพคเกจขึ้นมาให้มีลักษณะเฉพาะหรือเอกลักษณ์ของตัวเอง

2.4.6 ขั้นตอนในการให้บริการสปา

ขั้นตอนในการให้บริการสปาจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสปา ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้ขั้นตอนในการให้บริการสปาได้ดังนี้

1) เมื่อลูกค้ามาถึงสปา (The first Step)

- ลูกค้าออกไปพบลูกค้าทันทีที่มองเห็นลูกค้า อย่างนั่งหรือคอยอยู่หลังโต๊ะต้อนรับ
- จงยิ้มต้อนรับ โดยต้อนรับทันทีที่ลูกค้าเข้ามาในบริเวณสปา
- หากยุ่งกับลูกค้ารายอื่นอยู่ หรือกำลังรับโทรศัพท์อยู่ ให้แสดงอาการรับรู้การมาถึงของลูกค้าใหม่โดยการสบสายตา และยิ้มต้อนรับ
- ทำเครื่องหมายลงในสมุดนัดเพื่อแสดงว่าลูกค้ามาถึงแล้ว

- ยืนยันกับลูกค้าถึงรายละเอียดของทรีทเมนต์ที่ได้นัดไว้ และพาลูกค้าไปนั่งยังบริเวณพักผ่อน หรือพักคอย
- เสริมเครื่องดื่มตามขั้นตอนของสปา เช่น น้ำสมุนไพร ผ้าร้อย หรือผ้าเย็น
- แจ้งผู้ให้บริการสปาว่าลูกค้ามาถึงแล้ว
- ถ้าต้องสนทนากับลูกค้าให้นั่งลงกับลูกค้า อย่างนั่งขณะที่ลูกค้ายืน และอย่ายืนขณะที่ลูกค้านั่ง
- ถ้าเป็นลูกค้าใหม่ให้จดบันทึกข้อมูลส่วนตัวลงในใบประวัติ
- ถ้ามีการล่าช้าเกินเลยเวลาที่จองไว้ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ให้รีบแจ้งลูกค้าทันทีที่มาถึง และทรีทเมนต์ของเขาจะต้องเลยเวลาออกไป สอบถามด้วยว่าเขาสะดวกต่อการทำต่อไปหรือไม่
- ถ้าล่าช้าต้องเลื่อนออกไปอีกเกิน 15 นาที ต้องรายงานให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ
- จัดรายการแถมฟรีเพื่อชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น โดยลูกค้าอาจรับบริการทันที หรือเก็บไว้เพื่อมาใช้บริการในวันถัดไป

สรุปได้ว่า หลังจากลูกค้าเข้ามาในสปา นอกเหนือจากการต้อนรับโดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่ลูกค้าควรได้พบ คือ บรรยากาศอบอุ่นและผ่อนคลาย การใช้เครื่องหอมอ่อน ๆ ในสปา จะช่วยสร้างบรรยากาศให้ดียิ่งขึ้น ปัจจุบันนิยมใช้น้ำมันหอมระเหย แต่ต้องแน่ใจว่ากลิ่นที่เลือกใช้จะช่วยส่งเสริมความรู้สึกสบาย ผ่อนคลายอย่างแท้จริง ไม่ควรเลือกเพื่อเพราะกลิ่นหอม หรือความชอบส่วนตัว เพราะอาจจะเป็นกลิ่นที่มีฤทธิ์กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกตื่นตัวมากเกินไป และการเลือกใช้จะต้องแน่ใจว่าเป็นกลิ่นหอมบริสุทธิ์ที่สกัดมาจากธรรมชาติ ไม่ควรเลือกใช้น้ำมันสังเคราะห์ หรือสารสกัดที่ไม่บริสุทธิ์ ทั้งนี้เพราะทฤษฎีของการใช้น้ำมันหอมระเหย กล่าวว่า การสูดดมจะได้ผลเร็วที่สุด เพราะกลิ่นจะช่วยส่งผลต่อสมองในทันที การใช้น้ำมันหอมระเหยเป็นการบำบัดเรียกว่า อโรมาเธอราพี ซึ่งในสปานอกเหนือจากการที่ลูกค้าได้รับการบำบัด ตั้งแต่ก้าวแรกเมื่อเข้ามาในสปาแล้ว ยังจะได้รับการบำบัดจากทรีทเมนต์อโรมาเธอราพี

2) ก่อนเริ่มทำทรีทเมนต์ (In Treatment Room)

- พนักงานต้อนรับต้องแนะนำชื่อลูกค้าแก่ผู้ให้บริการสปา
- แจ้งให้ผู้ให้บริการสปาทราบต่อหน้าลูกค้าว่า ทรีทเมนต์ที่จองไว้เป็นทรีทเมนต์อะไร และลูกค้าต้องการอะไรเป็นพิเศษ ต้องใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ว่า เรากำลังย้ำในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
- ขณะพาลูกค้าไปยังห้องทรีทเมนต์ หรือห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ให้เดินนำหน้าลูกค้าเล็กน้อย อย่างเดินเร็ว หรือเดินตามหลัง

- ให้เตรียมบทพูดที่ครอบคลุมรายละเอียดที่ต้องการให้ลูกค้าทราบ และปฏิบัติตาม รวมทั้งแสดงให้ลูกค้าได้เห็นว่าจะไร้อยู่ที่ตรงไหน รวมทั้งบทพูดให้ห้องทรีทเมนต์ เช่นการให้ขึ้นนอนบนเตียง การนอนคว่ำ หรือนอนหงาย
- หากต้องเปลี่ยนเสื้อผ้าในห้องทรีทเมนต์ ต้องให้ลูกค้าได้อยู่อย่างเป็นส่วนตัว แต่อย่างทั้งให้ลูกค้าอยู่คนเดียวจนนานเกินไป
- เมื่อเตรียมข้าวของ และผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องใช้แล้ว ให้ยืนอยู่หน้าห้องคอยฟังเสียง และต้องเคาะประตูก่อนเข้าไป
- จัดการกับเสื้อผ้าและผ้าขนหนูที่ลูกค้าสวมใส่อย่างระมัดระวัง อย่าทำซ้ำจนน่ารำคาญหรือทำให้ยุ่งยากจนเกินไป
- ต้องไม่ลืมสอดหมอนให้ลูกค้านอนสบาย ให้สอดคล้องกับขั้นตอนของการทำงาน รวมทั้งตรวจสอบความสะดวกสบายของลูกค้าก่อนเริ่มทำงาน เช่น เสียงเพลง อุณหภูมิ เป็นต้น

ในขั้นนี้สรุปได้ว่า เมื่อลูกค้าเข้าไปในห้องทรีทเมนต์ นอกเหนือจากความสวยงาม และสะอาด ถูกสุขอนามัยตามมาตรฐานของสปาโดยทั่วไปแล้ว ควรจะต้องได้พบกับบรรยากาศการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากผู้ให้บริการสปา การดูแลเอาใจใส่ด้วยมารยาทอันดี สุขภาพและรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าตลอดเวลาของการทำทรีทเมนต์

การจัดเตรียมห้องควรเรียบร้อยก่อนลูกค้าเข้ามาในห้อง ควรกำหนดระยะเวลาระหว่างทรีทเมนต์ที่แล้วเสร็จแต่ละครั้งอย่างน้อย 15 นาที เพื่อให้ผู้บริการสปาได้จัดเก็บห้องให้สะอาดเรียบร้อยทุกครั้งหลังการทำทรีทเมนต์

นอกจากนี้ควรจัดผ้าปูเตียงในกรณีที่ต้องใช้ และผ้าขนหนูไว้สำรองในห้องทรีทเมนต์เพื่อต้องใช้ในกรณีฉุกเฉิน

แสงไฟจะต้องสามารถปรับให้สลัวลงได้ เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศของการผ่อนคลาย ไม่ควรใช้แสงสว่างจ้าเกินไป หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ในบางทรีทเมนต์ เช่น ทรีทเมนต์หน้า ให้ใช้สำลีที่เปียกชื้น และหนา ๆ ปิดตาลูกค้าไว้ เพื่อลดความระคายเคืองนัยน์ตา และต้องดูแลลูกค้าให้เรียบร้อยก่อนจะเปิดไฟให้สว่างมากขึ้น

นอกจากนี้อุณหภูมิห้องควรปรับให้เหมาะสม และคอยตรวจสอบกับลูกค้าในระยะต้น ๆ ของการทำทรีทเมนต์ว่า ต้องการลดหรือเพิ่มอุณหภูมิหรือไม่ เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะไม่รู้สึกร้อนหรือเย็นจนเกินไป ไม่ควรกำหนดอุณหภูมิตามความพอใจของผู้ให้บริการสปา ในบางทรีทเมนต์ที่มีการใช้แผ่นรองบนเตียงในลักษณะของผ้าห่มไฟฟ้า ผู้ให้บริการสปาควรคำนึงถึงเรื่องเหล่านี้ด้วยเช่นกัน และผลิตภัณฑ์บางอย่างที่จะเย็นเกินไปต่อผิวของลูกค้า จะต้องทำให้อุ่นก่อนนำมามาใช้

3) ขณะทำทรีทเมนต์

- เริ่มต้นด้วยการทำ Connection กับลูกค้าก่อนดำเนินการทำทรีทเมนต์

- ตรวจสอบอุณหภูมิของผลิตภัณฑ์ก่อนใช้ทาลงบนใบหน้า หรือร่างกายของลูกค้า
- ตรวจสอบน้ำหนักมือกับลูกค้าทันทีที่ทำทรีทเมนต์ไปได้ 2-3 นาที
- คอยสังเกตลูกค้าตลอดเวลาขณะปฏิบัติงานว่าสบายดีหรือไม่ เช่น หนาวไป หรือน้ำหนักที่ สอบถามตอนแรกว่าพอดีนั้น อาจจะมีมากเกินไปในบางตำแหน่งของร่างกาย ต้องคอยปรับ ให้ลูกค้ารู้สึกสบายจริง ๆ
- ส่งสัญญาณกับลูกค้าด้วยการสัมผัสหรือพูดเบา ๆ กรณีที่ต้องการให้ลูกค้าเปลี่ยนท่าทาง
- ต้องแน่ใจว่าบริเวณที่ไม่ได้นวดนั้นได้คลุมผ้าไว้อย่างเรียบร้อยตลอดเวลา
- ต้องระมัดระวังความปลอดภัย และเป็นส่วนตัวของลูกค้าตลอดเวลา เช่น ขณะเปลี่ยนเสื้อผ้า พลิกตัวขณะนอนนวด ทำงานบริเวณใกล้กับหน้าอกหรือขาหนีบ หรือขณะที่ลูกค้าอาบน้ำ
- ไม่ทิ้งให้ลูกค้าอยู่คนเดียว แม้ขณะที่มีการพอกหรือพันตัว
- -ตอนจบของทรีทเมนต์ ต้องใช้เทคนิคค่อยๆ ค่อยเป็นค่อยไป ต้องไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าจบแบบทันทีทันใด
- ให้ลูกค้าเปลี่ยนเสื้อผ้าอย่างเป็นทางการเป็นส่วนตัว และพาลูกค้าออกจากห้องทรีทเมนต์

สิ่งที่สำคัญมากที่สุด คือ ผู้ให้บริการสปาได้ดูแลให้ความสะดวกแก่ลูกค้าระหว่างการทำทรีทเมนต์ และปฏิบัติตามมาตรฐานของสปา ซึ่งประกอบด้วย การอธิบายขั้นตอนการทำงานอย่างละเอียด ให้ลูกค้าได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ รักษาความเป็นส่วนตัว บริการด้วยความระมัดระวัง และสุภาพ และจัดลูกค้าให้นอนในท่าที่สบาย และใช้หมอน หรือผ้าขนหนูรองเมื่อจำเป็น

4) หลังการทำทรีทเมนต์

- หากเป็นไปได้ควรให้ลูกค้าได้พักผ่อนในบริเวณที่จัดไว้ ไม่ใช่ในห้องทรีทเมนต์ และลูกค้าสามารถนั่งได้นานตามที่ต้องการ โดยบริการเครื่องดื่มในบริเวณนี้ หากลูกค้าไม่ต้องการนั่งพัก ให้เสิร์ฟที่บริเวณต้อนรับก็ได้ หากมีโอกาสขายผลิตภัณฑ์ให้จัดเตรียมขณะที่ลูกค้ากำลังเปลี่ยนเสื้อผ้า โดยแนะนำผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ๆ เป็นหลัก
- เมื่อลูกค้าออกมาบริเวณต้อนรับ หรือบริเวณส่วนหน้า ให้นั่งลงกับลูกค้า ชวนลูกค้าสนทนา โดยการถามถึงทรีทเมนต์ที่เพิ่งแล้วเสร็จ ควรเลือกใช้คำที่เหมาะสม ไม่ควรถามแค่ “คุณรู้สึกอย่างไรบ้างคะ”
- การขาย อย่าใช้วิธีการยัดเยียด หรือทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกบังคับซื้อ หากให้คำแนะนำ (Consultation) ไว้ดีตั้งแต่ต้นโอกาสของการขายจะรออยู่เบื้องหน้า ควรทำหน้าที่เพียงให้ความรู้และคำแนะนำและควรปิดการขายอย่างนุ่มนวล และพูดอย่างสร้างสรรค์ เช่น “คุณจะนัดครั้งต่อไปไว้เลยไหมคะ” แทนที่จะถามว่า “คุณจะทำอีกไหมคะ” เพราะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกเร่งให้ตัดสินใจ

- จัดการกับการชำระเงินของลูกค้าให้เป็นไปอย่างสะดวก พยายามเตรียมรายละเอียดไว้ให้เรียบร้อย ก่อนลูกค้ามาถึงบริเวณ Reception และต้องแน่ใจว่าได้ลงรายการทุกอย่างที่ลูกค้ามาใช้บริการ เพื่อป้องกันข้อถกเถียงที่อาจมีขึ้นในภายหลัง
- ส่งลูกค้ากลับไปจากสปา อย่าลืมกล่าวคำว่า “ขอบคุณแล้วพบกันใหม่นะคะ”
- เก็บข้อมูลทั้งหมดที่เพิ่งแล้วเสร็จลงในบันทึกประวัติของลูกค้าทันที
- ถ้าลูกค้ามีข้อคิดเห็นใดๆให้นำมาพิจารณาทันที เพื่อจะได้ปรับปรุงการทำงานครั้งต่อไป

ความหลากหลายในการให้บริการสปา มีทั้งในเรื่องเครื่องมือและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่จะแข่งขันกันในเรื่องของสารสำคัญที่ใช้ อย่างไรก็ตาม สิ่งเหล่านั้นยังนับได้ว่าสำคัญที่รองลงไป เพราะในขั้นตอนของการให้บริการ สิ่งสำคัญที่สุดเพื่อให้ทรีทเมนต์ต่าง ๆ มีความเป็นไปได้ และเกิดผลดี คือ ผู้ให้บริการสปา

สถานประกอบการสปาต้องมั่นใจว่าผู้ให้บริการสปามีความเชื่อมั่นในความรู้ที่ตนมีอยู่อย่างแท้จริง เพราะเขาเหล่านั้นจะสามารถให้คำแนะนำ และจัดโปรแกรมทรีทเมนต์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมแก่ผู้ใช้บริการ และชักนำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจถึงผลการบำบัดที่จะได้รับจากทรีทเมนต์ที่แนะนำไป

เคล็ดลับในการให้บริการทรีทเมนต์มี 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 1) คุณหมึกของห้อง ต้องแน่ใจว่าเป็นที่พอใจของลูกค้า
- 2) ดูแลลูกค้าก่อนทำทรีทเมนต์
- 3) ขั้นตอนการทำทรีทเมนต์ที่ถูก
- 4) ต้องทำทรีทเมนต์ให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด
- 5) ดูแลลูกค้าหลังการทำทรีทเมนต์
- 6) ทำความสะอาดให้เรียบร้อยเพื่อรับลูกค้าคนต่อไป

วัสดุ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการสปา

การตัดสินใจเกี่ยวกับวัสดุ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในสถานบริการว่าจะต้องมีอะไรบ้าง และมีมากน้อยขนาดไหน ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงประเภทของสปา ขนาดของสปา และความหลากหลายของบริการที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วย การดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มต้น ผู้ประกอบการควรเลือกซื้อเฉพาะสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ในการให้บริการก่อน

วัสดุที่ใช้ในสปา

- เครื่องแบบพนักงาน
- ชุดเปลี่ยนสำหรับลูกค้าที่เข้าใช้บริการ
- ผ้าคลุมเตียงหรือเบาะสำหรับการนวดตัว
- ผ้าขนหนูขนาดต่างๆ
- ชุดเครื่องนอน ปลอกหมอน และหมอนเพื่อสุขภาพ

- ไม้ขนาดฝ่าเท้า
- กางเกงในกระดาด
- สำลีแผ่น
- หมวกคลุมผม
- กระดาษทิชชู
- ผ้าปิดจมูก
- ฯลฯ

อุปกรณ์ที่ใช้ในสปา

- อ่างอาบน้ำ Jacuzzi
- อ่างอาบน้ำ Hydrotherapy
- เครื่องพ่นไอออน
- เตียงหรือเบาะสำหรับนวด (เตียงนวดตัวเรียบ เตียงนวดแบบเสียบหัวเบาะ)
- เบาะนวดไทย พูกรองนวดแบบไทย
- ผ้าห่มไฟฟ้าสำหรับการทำทรีทเมนต์แบบบอดี้แรพ
- เก้าอี้สำหรับนวดฝ่าเท้า เก้าอี้พักขา
- โต๊ะขนาดเล็กสำหรับด้านข้าง (เก้าอี้สำหรับนวดฝ่าเท้า)
- รถเข็นสำหรับใส่อุปกรณ์
- เครื่องทำน้ำอุ่น
- เครื่องซักผ้า
- เครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ
- ชั้นวางของวัสดุ อุปกรณ์
- ชั้นวางผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา
- ตู้รับฝากของ (Locker) สำหรับเก็บของใช้ส่วนตัวของลูกค้า
- ชั้นวางรองเท้าสำหรับลูกค้า
- ผนักันห้อง
- ตู้เย็นสำหรับแช่วัตถุดิบหรือสมุนไพรสด
- เครื่องคั้นน้ำผลไม้ เครื่องผสมวัตถุดิบ
- เครื่องจ่ายน้ำร้อน น้ำเย็น
- ชุดน้ำชา กาแฟ
- ภาชนะสำหรับผสมวัตถุดิบชนิดสด
- ราวแขวนผ้า ไม้แขวนผ้า

- ตะกร้าผ้าขนหนู
- ผ้าปูเตียง
- เต้าจูดน้ำมันหอมระเหย และเทียน
- ฯลฯ

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา

- น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์กลิ่นต่าง ๆ
- น้ำมันสำหรับใช้ผสม (Carrier or Base oil)
- สมุนไพรสด
- น้ำมันนวด (Massage Oil)
- เกลือขัดผิว (Bath Salt)
- ครีมขัดผิว (Body Scrub)
- ครีมบำรุงผิว
- ครีมคลายกล้ามเนื้อ
- โลชั่นปรับสภาพผิว
- วิตามินบำรุงผิว
- ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากทะเล เช่น สาหร่ายทะเล เปลือกหอย เป็นต้น
- ครีมมาร์ค เซรั่มบำรุงผิว
- ฯลฯ

การจัดหาและการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

วัตถุดิบสำคัญในการให้บริการสปา คือ น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์ (Essential Oil) และน้ำมันสำหรับใช้ผสม (Bass Oil) กรณีที่ผู้ประกอบการสั่งนำเข้าน้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์จากต่างประเทศ ควรเลือกผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตได้รับการยอมรับในคุณภาพ และคุณสมบัติของวัตถุดิบนั้น ๆ ผู้ประกอบการอาจจำสมุนไพรมาใช้ผสมได้ แต่ต้องศึกษาด้วยว่าสมุนไพรไทยชนิดใดสามารถนำมาใช้กับน้ำมันหอมระเหยชนิดใดได้บ้าง เพื่อพัฒนาให้เกิดความกลมกลืนก่อนนำมาใช้ให้บริการลูกค้า

การเก็บรักษาน้ำมันหอมระเหย

น้ำมันหอมระเหยแม้จะให้กลิ่นหอม แต่ก็ระเหยเป็นไอได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในที่เปิดโล่ง การเก็บรักษาน้ำมันหอมระเหยเพื่อให้คงคุณสมบัติที่ดี และมีอายุการใช้งานนานขึ้น ผู้ประกอบการควรเก็บไว้ในที่มืด เช่น ในขวดสีชาที่ปิดปากขวดแน่น อากาศไม่สามารถผ่านเข้าไปได้ และหลีกเลี่ยงไม่ให้ภาชนะบรรจุน้ำมันหอมระเหยโดนแสงสว่างหรือความร้อน

การเก็บรักษาสมุนไพร

สมุนไพรสดที่นำมาให้บริการ เช่น ชมิ้น ไพล ว่านหางจระเข้ มะกรูด เป็นต้น หากเก็บไว้นาน คุณภาพของสมุนไพรอาจลดลงหรือเสื่อมสภาพได้

การเก็บรักษาสมุนไพรเพื่อให้คงคุณสมบัติที่ดี และมีอายุการใช้งานนานขึ้น ผู้ประกอบการควรเก็บในรูปแบบของสมุนไพรแห้ง เพื่อป้องกันการขึ้นรา สถานที่จัดเก็บต้องแห้ง เย็น การถ่ายเทของอากาศดี

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรักษาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสถานบริการดังนี้

- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในคลังสินค้าอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ เช่น การเก็บในภาชนะ สีชาเพื่อป้องกันแสงแดด และควบคุมอุณหภูมิในห้องให้เหมาะสม

- ผลิตภัณฑ์ที่เปิดใช้แล้ว หากยังใช้ไม่หมดควรปิดฝาให้สนิท เพื่อป้องกันฝุ่นละออง หรืออากาศผ่านเข้าไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ เพราะอาจทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง

- ควบคุมและตรวจสอบผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ยังมีคุณภาพ และยังไม่หมดอายุการใช้งาน

- ควรทำฉลากติดที่ขวด หรือปล่องผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดให้ชัดเจน และแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นกลุ่ม ๆ เพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับหน้า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกาย เป็นต้น

หลักการออกแบบสปาเมนู

สปาเมนู (Spa Menu) เป็นการจัดการนำเสนอรายการทรีทเมนต์ต่าง ๆ ที่เตรียมไว้เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เลือก โดยจะมีรายละเอียดพอสังเขปให้ทราบถึงประโยชน์ของการทำทรีทเมนต์ในแต่ละชนิด ทราบถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ในการทำทรีทเมนต์ ราคาที่เสนอให้กับผู้ใช้บริการ แนวทางการกำหนดรายการในสปาเมนูของแต่ละกิจการมีความแตกต่างกัน แล้วแต่จุดเด่นและความชำนาญของผู้ประกอบการสปา ส่วนใหญ่จะนำเสนอบริการหลักให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย การนวด โดยอาจจะเป็นนวดแบบตะวันตก และนวดแบบตะวันออก การให้บริการโดยใช้น้ำ การขัดตัว ปอกตัว และการขัดหน้า นวดหน้า ปอกหน้า เป็นต้น

หลักการในการออกแบบสปาเมนูอยู่ที่ว่า ผู้ประกอบการสปาควรมีความรู้ ความเข้าใจในศาสตร์ คุณประโยชน์ ข้อห้าม ข้อควรระวัง ตลอดจนวิธีการปฏิบัติตนของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการสปา ในแต่ละบริการที่สปานั้นแนะนำอยู่และให้บริการอยู่ เพื่อให้การแนะนำ การควบคุม เป็นไปอย่างถูกต้อง ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ในการบริหารจัดการธุรกิจสปานั้นมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เช่น การวางแผนทางด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การบริการ การกำหนดอัตราค่าบริการ การออกแบบและการตกแต่งสถานที่ การส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญเรื่อง การจัดการองค์การ ทั้งในส่วนของการจัดโครงสร้างองค์กร การสรรหา การกำหนดบทบาทหน้าที่ในแต่ละตำแหน่งงาน การ

จัดสรร คัดเลือก และการพัฒนาบุคลากร และการที่จะทำให้ธุรกิจสปานั้นมีจุดเด่น เป็นที่น่าสนใจต่อผู้ใช้บริการ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องศึกษาถึงความสำคัญด้านการจัดการผลิตภัณฑ์สปา ซึ่งเกี่ยวกับการจัดการด้านสถานที่ การจัดการด้านโภชนาการ การจัดการด้านสุขอนามัย การจัดการด้านดนตรีที่ใช้ในสถานประกอบการสปา รวมทั้งการจัดการด้านสัมผัสหรือด้านการนวด และบริการ อื่น ๆ เพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์สปาของตนเองมีจุดเด่นที่แตกต่างไปจากสปาแห่งอื่น อันจะเป็นการหลีกเลี่ยงปัญหาด้านสงครามราคา และสามารถหาเอกลักษณ์ของสปาของตนเองได้ และนำไปสู่การยกระดับของสถานประกอบการสปาแห่งนั้นได้

ดังนั้นผู้ประกอบการสปาจะต้องมีศาสตร์และศิลป์ในการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับธุรกิจสปาโดยเฉพาะ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เป็นงานบริการที่ละเอียดอ่อน ความสามารถและทักษะของบุคลากรที่ทำงานในสถานประกอบการ สปาจึงมีส่วนสำคัญที่จะทำให้การบริการสปานั้นมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค รวมทั้งผู้ประกอบการต้องมีความรู้ทางการจัดการตลาดของธุรกิจสปาโดยเฉพาะ การจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และการออกแบบเมนูที่สอดคล้องกับรสนิยม และความต้องการที่บริโภค

บทที่ 3

วิธีการศึกษาวิจัย

โครงการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นการวิจัยที่มุ่งศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาธุรกิจสปาในพื้นที่ชายฝั่งอันดามันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนคงอยู่ในพื้นที่แถบอันดามันต่อไป ทั้งนี้โดยผู้วิจัยได้กำหนดใช้ระเบียบการวิจัย ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. แหล่งข้อมูล
3. เครื่องมือในการทำวิจัย
4. วิธีการรวบรวมข้อมูล
5. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นเจ้าของธุรกิจสปาหรือผู้จัดการสปา (Spa Manager) หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มนี้ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการจากประชากรที่เป็นเจ้าของธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร

3.2 แหล่งข้อมูลในการทำวิจัย

แหล่งข้อมูลที่คณะผู้จัดทำวิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการจากประชากรที่เป็นเจ้าของธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้าง

องค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการ ในประเด็นดังกล่าวข้างต้นที่เหมาะสมในพื้นที่ของ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ควรเป็นอย่างไร

มีแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** คือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ประกอบการธุรกิจสปา รวมทั้งการใช้แบบสอบถามต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปา เกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร
2. **แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐาน จำนวนสถานประกอบการธุรกิจสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ประเภทของธุรกิจสปาในทั้ง 3 จังหวัด เป็นเดย์สปา หรือ รีสอร์ทสปา และรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการสนทนากลุ่มแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดการสนทนากลุ่มย่อย

3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้ เป็นการหาข้อมูลด้านรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปรูปแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยดังนี้

1. **การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจสปา** โดยทีมผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจสปาของในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย สถานการณ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน โครงการพัฒนามาตรฐานธุรกิจเพื่อสุขภาพและส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันด้าน Medical Hub of Asia (International Medical Services & Health Service & SPA) ในกลุ่มสามเหลี่ยมอันดามัน และจากการสัมภาษณ์เชิงปฏิบัติการเรื่อง ความร่วมมือการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิง

ศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยออกเก็บข้อมูลในจังหวัดภูเก็ต 6 ครั้ง จังหวัดพังงา 2 ครั้ง และจังหวัดกระบี่ 1 ครั้ง

2. **การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)** โดยทีมผู้วิจัยได้นัดหมายกับเจ้าของธุรกิจสปาหรือผู้จัดการสปา หรือตัวแทนผู้ประกอบการสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 การวางแผนธุรกิจสปาที่ดำเนินการอยู่ เกี่ยวกับ

- 1) การจัดการด้านรูป บรรยากาศของสปา การตกแต่ง ความสวยงาม ความเรียบร้อยทั้งภายในและภายนอก
- 2) การจัดการด้านรส อาหารเครื่องดื่ม เครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ในการประกอบการให้บริการ ความสะอาดของอุปกรณ์
- 3) การจัดการด้านกลิ่น กลิ่นที่นำมาใช้ในธุรกิจการบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย
- 4) การจัดการด้านเสียง เพลงที่ใช้ในการบำบัดเพื่อผ่อนคลาย เสียงธรรมชาติ
- 5) การจัดการด้านการสัมผัส ประโยชน์ที่ได้จากการนวด ข้อพึงระวัง ข้อห้าม ความรู้เรื่องน้ำมันหอมระเหยที่ใช้ในการผสมกับน้ำมันนวด

ประเด็นที่ 2 รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร

- 1) การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรในองค์กร อาทิเช่น
 - เจ้าของกิจการ วางนโยบาย กำกับดูแล จัดหาแหล่งทุน กำหนดหน้าที่ของแต่ละแผนก
 - ผู้ดำเนินกิจการ (Spa Manager) ดำเนินตามนโยบาย วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ ควบคุมติดตามการปฏิบัติงาน จัดการเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ ตั้งงบประมาณการบริหาร
 - ผู้ฝึกอบรม (Trainer) อบรมบุคลากรให้เกิดความชำนาญ นำความรู้ใหม่ๆมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร และดูแลพนักงานภายใต้กรอบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ดูแลความเรียบร้อยของสปา
 - พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapist) ให้บริการตามหน้าที่ ดูแลรับผิดชอบความสะอาด แนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการเรื่องการปฏิบัติตน ก่อน ระหว่าง หลัง เข้ารับบริการ พัฒนาทักษะในงานที่ตนเองรับผิดชอบ
 - เจ้าหน้าที่การตลาด (Marketing and Public Relation) วางแผนกลยุทธ์และเป้าหมายการตลาด และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ดูแลเว็บไซต์ ให้ข้อมูลทางเมลล์
 - พนักงานต้อนรับ (Reception) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ เมนู ผลิตภัณฑ์ ทำประวัติลูกค้า นัดหมายการให้บริการ ให้คำปรึกษาด้านการดูแลสุขภาพ เก็บเงิน ออกใบเสร็จ

- แม่บ้าน ดูแลความสะอาดเรียบร้อย สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ดูแลความสะอาดของเครื่องมืออุปกรณ์ ชักกรีต บริการเครื่องตี๋ม จัดดอกไม้ ดูแลเปิดเปิดสปลา
- พนักงานธุรการ จัดสรร คัดเลือกพนักงานใหม่ ทดสอบความรู้เบื้องต้น พัฒนาและประเมินผลงานบุคลากร จ่ายเงินเดือน จัดซื้อ จัดหา คຸ້มสินค้าคงคลัง ทำบัญชีมาตรฐาน การประกันสังคม ดูแลระบบสารสนเทศ ทำบัญชี ตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัยให้เป็นไปตามกำหนดของข้อกฎหมาย

ประเด็นที่ 3 แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร

- การฝึกอบรมพนักงานให้เกิดทักษะการร่นดที่ดีเพื่อให้เกิดมาตรฐานที่ดี ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ในสปลา ทักษะการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ประเด็นที่ 4 รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

- การจัดแพคเกจของผลิตภัณฑ์
- รักษาความสะอาดเรียบร้อยของบริเวณขายสินค้า เปลี่ยนรูปแบบการจัดวางเพื่อดึงดูดความสนใจ การแจ้งลูกค้าถึงกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ความสม่ำเสมอในการตรวจนับสินค้า (อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) ตรวจสอบราคาขายปลีกสินค้าที่เหมือนกันไม่ให้เกิดความแตกต่าง ระบบการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดวางสินค้าให้ดึงดูดใจ ตรวจสอบเช็คสินค้าคงคลังเพื่อความถูกต้องและทำบันทึกไว้ เก็บรักษาสินค้าคงคลังไว้ในที่มืดและเย็น การเก็บไม่ควรวางซ้อนกันสูงเกินไป ใช้ทฤษฎีควบคุมสินค้าคงคลัง FIFO(First In First Out)

ประเด็นที่ 5 รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปลา ที่เหมาะสมกับพื้นที่ในแถบอันดามันควรเป็นอย่างไร ในประเด็นเกี่ยวกับ

- การวางแผนธุรกิจสปลา
- รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร
- แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร
- รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

ทั้งนี้ ทีมผู้วิจัยได้ออกไปพบผู้ประกอบการธุรกิจสปลาเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในจังหวัดภูเก็ต 5 ครั้ง จังหวัดพังงา 1 ครั้ง และจังหวัดกระบี่ 2 ครั้ง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปลาในสภาพปัจจุบันของสถานประกอบการธุรกิจสปลาในพื้นที่ 3 จังหวัดอันดามัน

3. การร่างประเด็นคำถาม เพื่อใช้ในการสนทนากลุ่มย่อย (Questionnaires) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปลาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ใน

ประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไรในมุมมองของเจ้าของธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปาหรือตัวแทนผู้ประกอบการสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงออกแบบประเด็นคำถามเพื่อใช้ในการเป็นแนวทางในการจัดการสนทนากลุ่มย่อย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามประเภทต่างๆ ของสปา แบ่งเป็นสัดส่วนตามแต่ละจังหวัด ข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบสอบถามเป็นข้อมูลที่มีพื้นฐานอ้างอิงมาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจสุขภาพ ความเกี่ยวข้องในธุรกิจสปา ประเภทของธุรกิจสปา ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจสปา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประเภทธุรกิจสปา ในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการวางรูปแบบการบริหาร ในพื้นที่ในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ควรมีรูปแบบอย่างไร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจสปา ใน 3 จังหวัด มีประเด็นอะไรบ้าง และหน่วยงานใดควรเข้ามามีบทบาท

4. การสนทนากลุ่มแบบเฉพาะเจาะจงหลังการเก็บข้อมูล หลังจากได้ประเด็นคำถามจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว ผู้วิจัยได้จัดการสนทนากลุ่มย่อย โดยจัดกลุ่มแยกเป็นรายจังหวัด และแยกตามประเภทธุรกิจสปา คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการสปาที่เป็นเดย์สปาขนาดเล็ก 2) กลุ่มผู้ประกอบการสปาที่เป็นเดย์สปาขนาดใหญ่ 3) กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นรีสอร์ทสปา และ 4) ผู้ประกอบการสปาที่เป็นเมดิคอล จากผู้ประกอบการธุรกิจสปา และผู้จัดการสปา ซึ่งเป็นการระดมความคิด และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจสปา และผู้จัดการสปา ด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาใน 3 จังหวัดในแถบอันดามันโดยมีประเด็นที่พิจารณา จากการสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของข้อมูลที่ต้องการออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารธุรกิจสปา และสถานประกอบการสปา ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งของผู้บริหาร ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านสุขภาพ ประเภทของสถานบริการ จำนวนเตียงที่ให้บริการ ทุนเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจสปา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการจัดการด้านการตลาด ประกอบด้วย ประเภทของบริการ จุดแข็ง จุดอ่อนของสถานประกอบการ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการสปาของลูกค้า จุดขายในการให้บริการสปา ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าบริการ อัตราค่าบริการ จุดเด่นในการออกแบบและตกแต่งสถานที่ รูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย จำนวนบุคลากร โครงสร้างของบุคลากร การสรรหาและคุณสมบัติของบุคลากร แนวทางในการฝึกอบรมบุคลากรก่อนเข้าทำงาน ระยะเวลาในการฝึกอบรมบุคลากร แนวทางการเพิ่มเงินเดือนของบุคลากร สวัสดิการของบุคลากร แนวทางการพัฒนาบุคลากร

ส่วนที่ 4 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์สปา ประกอบด้วย การจัดการด้านรูป การจัดการด้านรส การจัดการด้านกลิ่น การจัดการด้านเสียง การจัดการด้านสัมผัส และการจัดการการวัสดุอุปกรณ์ ปัจจัยในการเลือกวัสดุอุปกรณ์ และแนวทางในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนในการให้บริการสปา การประยุกต์ใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย และวัฒนธรรมอันดามันในการบริการสปา

3.4 วิธีการรวบรวมข้อมูล

คณะผู้จัดทำวิจัยได้วางแผนวิธีการและขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจัดประชุมคณะทำงานวิจัยเพื่อค้นหาข้อมูลจากเอกสาร เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานทางด้านรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย สถานการณ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน โครงการพัฒนามาตรฐานธุรกิจสุขภาพ และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันด้าน Medical Hub of Asia (International Medical Services & Health Service & SPA) ในกลุ่มสามเหลี่ยมอันดามัน จากการประชุมสัมมนา “ยุทธศาสตร์การสร้างศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต จุดเปลี่ยนบนทางเลือกของทิศทางการพัฒนาหลังฝ่าภัยพิบัติสึนามิ” และจากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง ความร่วมมือการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อศึกษาและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจสปาอยู่ รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากรรูปแบบการจัดการด้าน

ผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดำเนินการในจังหวัดภูเก็ต 4 ครั้ง จังหวัดพังงา 2 ครั้ง และจังหวัดกระบี่ 1 ครั้ง

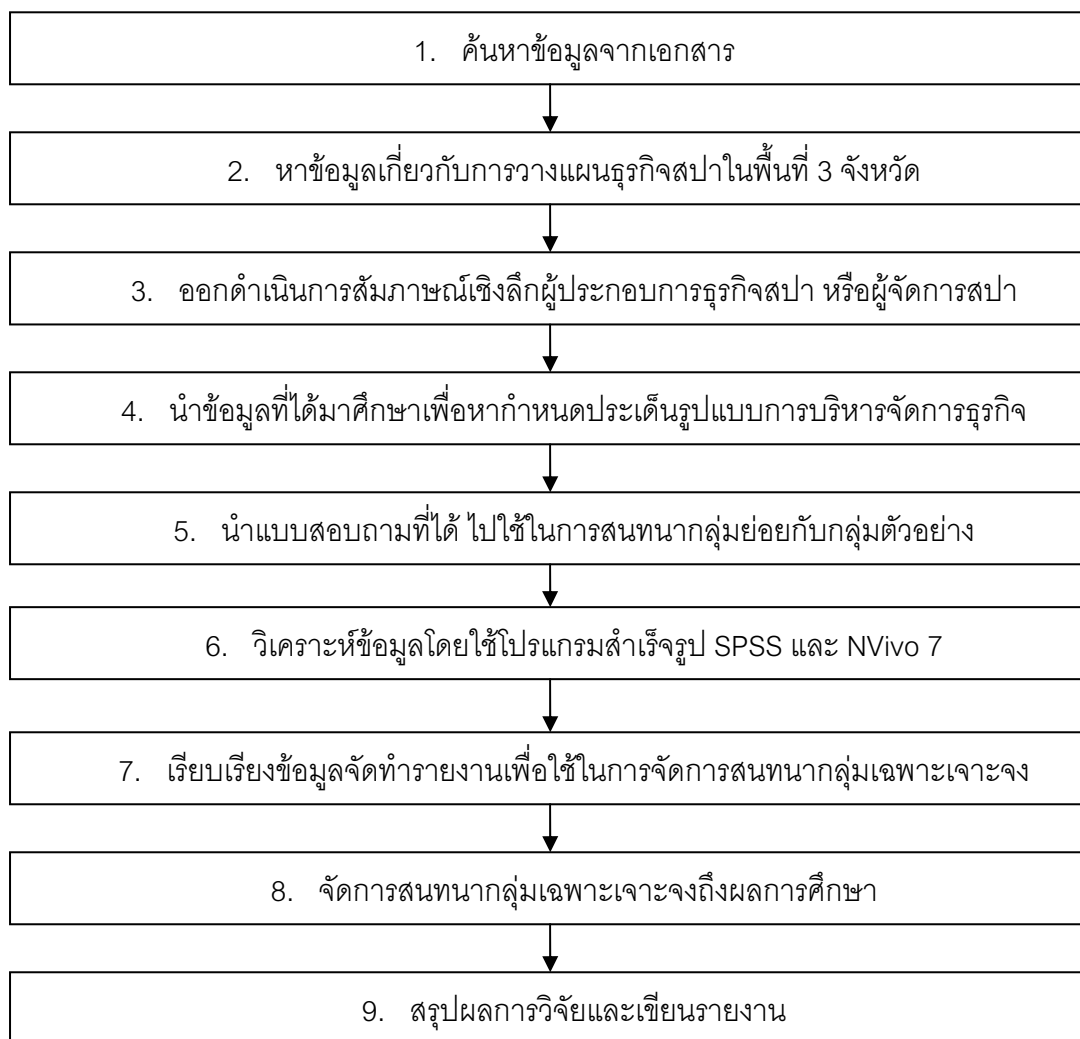
ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ออกดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา ทั้งหมด 8 ครั้ง ประกอบด้วย

- 1) **จังหวัดภูเก็ต** โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในจังหวัดภูเก็ต 5 ครั้ง จำนวน 5 แห่งโดยดำเนินการสัมภาษณ์กับ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา ในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในจังหวัดภูเก็ต เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจสปาอยู่ รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดำเนินการในปัจจุบัน และแนวทางที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคต
- 2) **จังหวัดพังงา** โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในจังหวัดพังงา 1 ครั้งจำนวน 3 แห่ง โดยดำเนินการสัมภาษณ์กับ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา ในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในจังหวัดพังงา เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจสปาอยู่ รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากรรูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดำเนินการในปัจจุบัน และแนวทางที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคต
- 3) **จังหวัดกระบี่** โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในจังหวัดกระบี่ 2 ครั้งจำนวน 4 แห่ง โดยดำเนินการสัมภาษณ์กับ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา ในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในจังหวัดกระบี่ เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจสปาอยู่ รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากรรูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการที่ดำเนินการในปัจจุบัน และแนวทางที่จะดำเนินการต่อไปในอนาคต

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ และการจัดสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้ง 8 ครั้ง มาศึกษาเพื่อหา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา การวางแผนธุรกิจสปา การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากรรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร ในเขตพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่ แล้วนำมาเป็นประเด็นในการสร้างประเด็นคำถาม โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่มีรูปแบบคำถามทั้งแบบปลายเปิดและปลายปิด และผู้วิจัยได้นำประเด็นคำถามดังกล่าวไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและนำกลับมาปรับปรุงอีกครั้ง

- ขั้นตอนที่ 5** นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปใช้ในการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา จำนวน 28 คน โดยจัดกลุ่มโดยจำแนกตามแต่ละจังหวัด และแต่ละประเภทของสถานประกอบการธุรกิจสปา
- ขั้นตอนที่ 6** นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น ETHNOGRAPH หรือ NVivo ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
- ขั้นตอนที่ 7** นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา และ ข้อมูลพื้นฐาน ที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานทางด้านรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย สถานการณ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน และจากการประชุมสัมมนา “ยุทธศาสตร์การสร้างศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต จุดเปลี่ยนบนทางเลือกของทิศทางการพัฒนาหลังฝ่าภัยพิบัติสึนามิ” และจากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง ความร่วมมือการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นข้อมูลในมุมมองของเจ้าบ้าน (Hosts) และข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มย่อย ของผู้ประกอบการธุรกิจสปา โดยเปรียบเทียบในแต่ละประเภทของธุรกิจสปา ซึ่งข้อมูลที่ได้จาก 3 แหล่ง นำมาเปรียบเทียบกัน และนำมาเรียบเรียงและนำเสนอในรูปรายงาน
- ขั้นตอนที่ 8** จัดการสนทนากลุ่มเฉพาะเจาะจง โดยมีตัวแทนจากสถานประกอบการสปาทั้งในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เข้าร่วมรับฟังผลที่ได้จากการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน
- ขั้นตอนที่ 9** นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยวิธีการต่าง ๆ ทั้งหมด มาเรียบเรียงเขียนเป็นรายงานการวิจัย

จากขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัย ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดการสนทนากลุ่มย่อยในกลุ่มผู้ประกอบการสปาจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปแผนผังการทำงานของโครงการวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ดังนี้



ภาพที่ 3.1 ผังกระบวนการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

3.5 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

ในการหาเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา นั้นผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

- 1) ตัวแปรด้านปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการเปิดของธุรกิจ ประสบการณ์ในการทำงาน
- 2) ตัวแปรด้านรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา
- 3) ตัวแปรด้านการวางแผนธุรกิจสปาที่ดำเนินการอยู่
- 4) ตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร
- 5) ตัวแปรเกี่ยวกับแนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร
- 6) ตัวแปรรูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ
- 7) ตัวแปรที่เป็นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา

การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรมากมายในการศึกษา ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงได้เลือกบางตัวแปรที่เห็นว่ามีค่าสำคัญมากต่อการวิเคราะห์ และจะเป็นประโยชน์ต่อรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
<ol style="list-style-type: none"> 1. เพศ / อายุ / อาชีพ / ประสบการณ์/ระยะเวลาที่เปิดธุรกิจสปา 2. ประเภทของธุรกิจสปา <ol style="list-style-type: none"> 1) สปาที่ไม่มีที่พักราคาขึ้น (Day Spa) <ul style="list-style-type: none"> ▪ สปาที่เปิดบริการในอาคาร ▪ สปาที่เปิดบริการในสถานที่อิงธรรมชาติ 2) รีสอร์ทสปา <ul style="list-style-type: none"> ▪ สปาที่เป็นของโรงแรมหรือรีสอร์ทเอง ▪ สปาที่ไม่ใช่เป็นสปาของโรงแรม 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการวางรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> ▪ นโยบาย ▪ งบประมาณ ▪ ความหลากหลายของการบริการ ▪ ทำเลที่ตั้ง ▪ การมีเครือข่ายของธุรกิจ ▪ แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร ▪ จำนวนบุคลากร ▪ ความรู้ความสามารถของบุคลากร ▪ การมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย ▪ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ 4. การจัดการด้านรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัสของผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ พฤติกรรมการบริหารจัดการธุรกิจสปา ของผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา ทั้งในภาพรวมทั้ง 3 จังหวัด และจำแนกตามรายจังหวัด (ภูเก็ต พังงา และกระบี่) ▪ พฤติกรรมการวางแผนธุรกิจสปา ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1) รูปแบบของการวางแผนธุรกิจ 2) รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร 3) รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 4) แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร ▪ พฤติกรรมการบริหารจัดการธุรกิจสปา ของผู้ประกอบการธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา ทั้งในภาพรวมทั้ง 3 จังหวัด และจำแนกตามรายจังหวัด (ภูเก็ต พังงา และกระบี่) ▪ พฤติกรรมการวางแผนธุรกิจสปา ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1) รูปแบบของการวางแผนธุรกิจ 2) รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร 3) รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ▪ แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากงานครั้งนี้เป็นงานวิจัยในเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาในส่วนที่เป็นการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้วิธีการประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ NVivo version 7 และนำข้อมูลที่ได้ทั้งสองส่วนมาเรียบเรียง เพื่อวิเคราะห์หารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามัน

สรุปได้ว่า ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา เพื่อศึกษาถึงการวางแผนธุรกิจสปาที่ดำเนินการอยู่ รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของธุรกิจสปาอันดามันเพื่อการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ และเพิ่มมูลค่าของธุรกิจนี้ให้คงความยั่งยืนและมั่นคง เพื่อเพิ่มศักยภาพสู่การเป็นศูนย์กลางการธุรกิจสุขภาพของเอเชีย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจสปา จังหวัดที่ผู้วิจัยทำการศึกษาคือจังหวัดในแถบอันดามัน ประกอบด้วย ภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยผู้วิจัยทำการศึกษาด้านการบริหารจัดการในเชิงลึกจากมุมมองของผู้ประกอบการสปาทั้ง 3 จังหวัด ซึ่งประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นเจ้าของธุรกิจสปาหรือผู้จัดการสปา (Spa Manager) หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มนี้ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการจากประชากรที่เป็นเจ้าของธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร

แหล่งข้อมูลที่คณะผู้จัดทำวิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือข้อมูลจากผู้วิจัยต้องการจากประชากรที่เป็นเจ้าของธุรกิจสปา หรือผู้จัดการสปา เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการ ในประเด็นดังกล่าวข้างต้นที่เหมาะสมในพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ควรเป็นอย่างไร

แหล่งข้อมูลสำคัญที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัยครั้งนี้มี 2 ประเภทด้วยกันดังนี้

- ข้อมูลปฐมภูมิ** คือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ประกอบการธุรกิจสปา รวมทั้งการใช้แบบสอบถามต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่ามีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร
- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐาน จำนวนสถานประกอบการธุรกิจสปา ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ประเภทของธุรกิจสปาในทั้ง 3 จังหวัด เป็นเดย์สปา หรือ รีสอร์ทสปา และรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในประเด็นเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ว่า

มีรูปแบบอย่างไร และรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมในพื้นที่ดังกล่าวควรเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อไปจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Small group discussion) ต่อไป

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของการบริหารจัดการธุรกิจสปา

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจสปา โดยทีมผู้วิจัยได้ออกไปเก็บข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับประเภทของธุรกิจสปาของในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย สถานการณ์การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน โครงการพัฒนามาตรฐานธุรกิจสุขภาพและส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันด้าน Medical Hub of Asia (International Medical Services & Health Service & SPA) ในกลุ่มสามเหลี่ยมอันดามัน และจากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง ความร่วมมือการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยออกเก็บข้อมูลในจังหวัดภูเก็ต 6 ครั้ง จังหวัดพังงา 2 ครั้ง และจังหวัดกระบี่ 1 ครั้ง

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า

จังหวัดภูเก็ต – จำนวนสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ตมีประมาณ 200 แห่ง และมีเพียง 70 แห่งที่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจสปา โดยมีทั้งรีสอร์ทสปา และเดย์สปา

จังหวัดพังงา – จำนวนสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงามีประมาณ 10 แห่ง โดยสปาบางแห่งเป็นการดำเนินงานฟื้นฟูหลังจากที่ประสบภัยพิบัติสึนามิในช่วงเดือนธันวาคม 2547 บางแห่งเป็นสถานประกอบการสปาที่เปิดใหม่ เช่น เปิดในช่วงเดือน ธันวาคม 2548 – มกราคม 2549 ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจค่อนข้างน้อย สปาในจังหวัดพังงาทั้งหมดเป็นรีสอร์ทสปา ส่วนใหญ่ตั้งในแถบพื้นที่เขาหลัก ตำบลคึกคัก อำเภอตะกั่วป่า และมีรีสอร์ทสปาแห่งใหม่ที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในเขตเขาหลัก คือ บ่อแสนวิลล่า แอนด์สปา ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอทับปุด จังหวัดพังงา

จังหวัดกระบี่ – จำนวนสถานประกอบการสปาในจังหวัดกระบี่มีประมาณ 50 แห่ง โดยมีสถานประกอบการสปาที่เป็นสมาชิกชมรมธุรกิจสปา จำนวน 29 แห่ง มีทั้งประเภทเดย์สปา และรีสอร์ทสปา ซึ่งรีสอร์ทสปาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขต ต. อ่าวนาง อ.เมือง ส่วนเดย์สปาตั้งอยู่ในเขตตัวเมืองกระบี่

นอกจากนี้จากการหาข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า การแยกประเภทของธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่นั้น สามารถแยกได้หลายแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยในการแยกประเภท ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน (Day Spa) ซึ่งลักษณะของสถานประกอบการสปาประเภทนี้ในแถบจังหวัดภูเก็ต และกระบี่ในบางส่วน มีการเปิดบริการเพิ่มขึ้นเรื่อย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต เคยสปาในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันแยกออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

- **สปาที่เปิดบริการในอาคาร** ซึ่งอาจจะเป็นอาคารพาณิชย์ หรือบ้านทรงไทย (Indoor Spa) เช่น เฉลิมชมสปา ธารธาราสปา กันตวันสปา เรนฟอร์เรสสปา สุขโขสปา เป็นต้น สถานประกอบการ สปาประเภทนี้ส่วนใหญ่นิยมใช้เครื่องปรับอากาศในขณะที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวโซนเอเชีย เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน และสิงคโปร์ เป็นต้น และจะเดินทางมาในลักษณะของแพคเกจทัวร์ จำนวน 20 –30 คนต่อครั้ง
- **สปาที่เปิดบริการในสถานที่โล่ง กลางสวน** เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้สัมผัสกับธรรมชาติโดยรอบ (Outdoor Spa) การเปิดบริการสปาประเภทนี้จะต้องมีการลงทุนสูง และมีการวางแผนล่วงหน้าเป็นอย่างดี ประกอบกับการใช้พื้นที่ในการจัดสร้างบรรยากาศจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่พอสมควร สปาประเภทนี้จึงยังคงมีน้อย แต่สปาประเภทนี้จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปสูง เนื่องจากผู้ใช้บริการนิยมความเป็นธรรมชาติ และไม่นิยมเครื่องปรับอากาศ

2. สปาที่ดำเนินการในรีสอร์ท หรือโรงแรม (Resort Spa) เป็นสปาที่เปิดให้บริการในที่พัก สถานที่ให้บริการขึ้นอยู่กับการออกแบบสถานที่ของโรงแรม บางแห่งอาจเป็นสปาที่ให้บริการภายในอาคาร (Indoor Spa) บางแห่งอาจเป็นสปาที่ให้บริการภายนอกอาคาร (Outdoor Spa) ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของรีสอร์ทสปาในแถบสามเหลี่ยมอันดามัน ดังนี้

- **สปาที่เป็นของโรงแรมหรือรีสอร์ทเอง** หมายถึง สปาที่เปิดดำเนินการในโรงแรมนั้น เป็นสปาที่ออกแบบโดยโรงแรมเอง และมีผู้ดำเนินการสปาเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบงานทั้งหมด เช่น ลาฟลอราสปา ซึ่งดำเนินการในโรงแรมลา ฟลอรา เขาหลัก จังหวัดพังงา เดอะ สโรจิน สปา ซึ่งดำเนินการให้บริการในโรงแรม เดอะ สโรจิน แหลมปะการัง เขาหลัก จังหวัดพังงา หรือ บันยันทีสปา ซึ่งเป็นสปาของโรงแรมบันยันที จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น
- **สปาที่ไม่ใช่เป็นสปาของโรงแรม** หมายถึง การที่โรงแรมจัดทำสถานที่ประกอบการสปา และให้สปาที่อื่นเข้ามาดำเนินการธุรกิจสปาในโรงแรม โดยอาจจะมีการตกลงกันในรูปแบบของค่าเช่า หรือการทำสัญญาขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันระหว่างโรงแรม กับผู้ดำเนินการสปา เช่น ไลลาสปา ซึ่งดำเนินการในโรงแรมสมเกียรติบุรี ตำบลอ่าวนาง

จังหวัดกระบี่ รอยัลสปา ซึ่งดำเนินการในบ่อแสน วิลล่า แอนด์ สปา อำเภอทับปุด จังหวัดพังงา เป็นต้น

- **สปาที่เป็นลิขสิทธิ์ของต่างประเทศ** และเข้ามาดำเนินการให้บริการสปาในโรงแรมในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เช่น แมนดาราสปา ซึ่งดำเนินการในโรงแรม เจ ดับบลิว มาริโอท ภูเก็ต อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น
- **เมดิคอลสปา** เป็นสปาที่เน้นการบริการในเชิงของการรักษา ซึ่งในจังหวัดภูเก็ตมีความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับโรงพยาบาลของรัฐ เพื่อเปิดให้บริการสปาในกลุ่มทัวร์สุขภาพ ปัจจุบันนี้บ้านธรรมชาติซึ่งเป็นเดย์สปาของภาคเอกชนตั้งอยู่ในเขตหาดป่าตอง ร่วมกับกับโรงพยาบาลป่าตองเปิดบริการสปา เรียกว่า ป่าตอง เมดิคอล สปา (Patong Medical Spa) ที่ดูแลถึงการรักษาคนไข้ ซึ่งเป็นการแพทย์ทางเลือก

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากภูเก็ต พังงา และกระบี่ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย

ตั้งแต่ปี 2546 รัฐบาลได้กำหนดบทบาทของภาครัฐให้เป็นผู้ให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ ในประเด็น ต่อไปนี้

1. การเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
2. การสร้างแบรนด์ของแต่ละจังหวัดในแถบอันดามัน เช่น แบรนด์ของจังหวัดภูเก็ตว่า “Phuket City of Health and Wellness” เป็นต้น
3. การประชาสัมพันธ์ในตลาดโลก และการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
4. การจัดทำมาตรฐานของสปา การรณรงค์เผยแพร่มาตรฐานสถานพยาบาลทุกระดับทั้งภาครัฐและเอกชน การอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าออกระหว่างประเทศ และจังหวัดในแถบอันดามัน
5. วิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเพื่อทำธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้สูง
6. การพัฒนาบุคลากรและฝีมือแรงงานในธุรกิจสุขภาพ จัดตั้งโรงเรียนสอนนวดไทย อบรมการนวดไทยแก่ประชาชนผู้สนใจ และผู้ประกอบการ อบรมภาษาต่างประเทศที่จำเป็นพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ รณรงค์สร้างจิตสำนึก และส่งเสริมความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนเพื่อการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี
7. การประเมินผลมาตรฐานบริการสุขภาพ

จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลำปางในแถบอันดามันให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย
สามารถครอบคลุมประเด็นในเรื่องของการบริการจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามันได้เป็นอย่างดี

4.2 ข้อมูลด้านการบริหารจัดการสปาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ข้อมูลด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยได้นัดหมายกับ
เจ้าของธุรกิจสปาหรือผู้จัดการสปา หรือตัวแทนผู้ประกอบการสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
เพื่อขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 การจัดการทางด้านการตลาดธุรกิจสปาที่ดำเนินการอยู่ ซึ่งประกอบด้วย

การจัดการด้านบรรยากาศของสปา ความเรียบร้อยทั้งภายในและภายนอก ความสวยงาม
(ด้านรูป) ของสถานประกอบการสปาเขตอันดามัน มีดังนี้

- 1) สถานประกอบการสปาที่เป็นกาให้บริการสปาภายในอาคาร (Indoor Spa) ผู้ให้บริการ
สปาออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับกฎหมายด้านสถานประกอบการสปา และจะเป็น
ให้บริการสปาภายในอาคาร การออกแบบสถานที่เช่นนี้มีทั้ง รีสอร์ทสปา และเดย์สปา
ส่วนขนาดของสถานที่หรืออาคารจะใหญ่มากเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ใช้บริการแต่
ละครั้ง และจำนวนเงินที่ลงทุน เช่น สถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต มีการสร้าง
อาคารที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีการลงทุนสูง เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมาในลักษณะ
ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวน 20 – 30 คนต่อครั้ง ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในโซน
เอเชีย สถานประกอบการที่ออกแบบเช่นนี้มักจะปรากฏในเขตจังหวัดภูเก็ตเป็นส่วนใหญ่
- 2) สถานประกอบการสปาที่เป็นแบบกาให้บริการในที่โล่งแจ้ง (Outdoor Spa)
ผู้ประกอบการสปาจะออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับการ
ออกแบบสถานประกอบการสปาเช่นเดียวกัน และจะเป็นกาให้บริการสปาในที่โล่ง
เพื่อให้ผู้ใช้บริการสปาได้สัมผัสกับทัศนียภาพ และบรรยากาศโดยรอบ การลงทุนในการ
ออกแบบสถานประกอบการสปาเช่นนี้เป็นการลงทุนที่สูง ใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ บางแห่งมี
การปลูกต้นไม้ เพื่อสร้างบรรยากาศโดยรอบให้น่าประทับใจก่อนที่จะมีการสร้างอาคาร
ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการนิยมสร้างในสถานที่ที่เป็นชายหาด ภูเขา ที่เป็นสถานที่ที่สามารถ
มองเห็นทัศนียภาพอันสวยงามของสถานที่โดยรอบ สถานประกอบการสปาประเภทนี้
มักจะปรากฏในจังหวัดพังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็น
อย่างมาก
- 3) สถานประกอบการสปาที่เป็นทั้งกาให้บริการในที่โล่ง และกาให้บริการในอาคาร ทั้งนี้
เพื่อเน้นความหลากหลายของการบริการ การสร้างบรรยากาศได้หลายรูปแบบตามความ
ต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการด้านบรรยากาศนั้น สปาบางแห่งมีการออกแบบสถานที่ที่เป็นบ้านทรงไทย หรือเป็นสถาปัตยกรรมในแบบเอเชีย ใช้ไม้ในการก่อสร้าง มุงหลังคาด้วยวัสดุธรรมชาติ และสปาเกือบทุกแห่งนิยมปลูกไม้ประดับแบบไทย ๆ โดยเฉพาะไม้ดอกกลิ่นหอม รวมทั้งมีการประดับดอกไม้เล็กน้อย หรือใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นในการประดับคู่กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการ

การจัดการด้านรส อาหารเครื่องดื่ม เครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ในการประกอบการสปาอันตามันพบว่า สปาบางแห่งที่พยายามนำเสนอการให้บริการที่ครบวงจร ซึ่งประกอบด้วยรูป รส กลิ่น เสียง โดยนำแนวคิดด้านธาตุเจ้าเรือนมาใช้ในการบริการอาหารให้แก่ผู้ใช้บริการสปา ทั้งนี้โดยอาศัยแนวคิดการดูแลสุขภาพสุขภาพของคนไทยในสมัยโบราณมาใช้ ซึ่งมีแนวคิดว่าการหมุนรอบตัวเองของโลกใน 24 ชั่วโมง เกิดการแปรปรวนของธาตุต่าง ๆ แตกต่างกันไป คือ

เวลา 06.00 – 10.00 น. และ 18.00 – 22.00 น. ธาตุน้ำกระทำโทษ มักมีอาการน้ำมูกไหล หรือท้องเสีย

เวลา 10.00 – 14.00 น. และ 22.00 – 02.00 น. ธาตุไฟกระทำโทษ มักมีอาการไข้หรือแสบท้อง ปวดท้อง

เวลา 14.00 – 18.00 น. และ 02.00 – 06.00 น. ธาตุลมกระทำโทษ มักมีอาการวิงเวียน ปวดเมื่อย อ่อนเพลีย เป็นลมในยามบ่าย

จากแนวคิดนี้ ผู้ประกอบการสปาบางแห่งสามารถนำมาใช้ในการออกแบบน้ำสมุนไพรที่ใช้เสิร์ฟผู้ใช้บริการ ว่า เป็นน้ำสมุนไพรที่ช่วยดับอาการผิดปกติของร่างกายในช่วงระยะเวลานั้นพอดี อีกทั้งเมนูอาหารที่ให้บริการในร้านอาหารของสถานประกอบการสปาของตนเอง มีการออกแบบเมนูให้เหมาะสมกับธาตุเจ้าเรือนของผู้ใช้บริการ

ปัจจุบัน ในส่วนของการจัดการด้านอาหารของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นเพียงการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ใช้บริการ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ น้ำเก๊กฮวย น้ำมะขาม น้ำใบเตย น้ำมะตูม น้ำขิง น้ำตะไคร้ เป็นต้น ทั้งนี้โดยเสิร์ฟในช่วงแรกที่ใช้บริการเข้ามา และเสิร์ฟอีกครั้งในช่วงเสร็จสิ้นการบริการ และช่วงพักของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ยังไม่มีโปรแกรมด้านการบำบัดโดยใช้อาหาร

มีเพียงที่ Sukkho @ Thai Cultural Spa ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตเท่านั้นที่มีการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเน้นการออกแบบเมนูอาหารให้เหมาะสมกับธาตุเจ้าเรือนของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมดในการปรุงอาหาร โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแบบไทย ๆ เข้าไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการด้วย

ส่วนสถานประกอบการสปาอื่น ๆ ยังไม่มีการจัดการด้านอาหารที่เป็นรูปธรรมชัดเจน มีเพียงการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ใช้บริการเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม สถานประกอบการสปาที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจการบริการสปาแบบครบวงจรก็ได้มีความพยายามที่จะนำอาหารเพื่อสุขภาพเข้ามาให้บริการในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งนี้โดยเริ่มต้นจากการทำน้ำสมุนไพร และให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

การจัดการด้านกลิ่น ในการจัดการด้านกลิ่นของสถานประกอบการในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่นั้น ค่อนข้างมีหลากหลาย ทั้งนี้โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) สปาบางแห่งที่มีเงินทุนสูงก็จะใช้กลิ่นที่เป็นธรรมชาติจริง ๆ โดยชูเป็นจุดเด่นของสปาแห่งนั้นเลยว่า น้ำมันหอมระเหย ที่ใช้ในสปาแห่งนั้นเป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งผลิตที่ไร้สารเคมี หรือไม่ผ่านกระบวนการทางเคมีในการผลิต (Organic Farm) ไม่มีผลเสียต่อร่างกาย

2) ที่มาของน้ำมันหอมระเหย มีทั้งผลิตในประเทศไทย และสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ สปาบางแห่งคิดสูตรขึ้นมาเอง แล้วจ้างบริษัทในประเทศไทยผลิตให้ สปาบางแห่งนำเข้าจากต่างประเทศ

3) สปาบางแห่งจะไม่ใช้น้ำมันหอมระเหย ที่เป็น Burners เนื่องจากมีการค้นพบว่า การใช้ Burners ในระยะเวลาที่นาน จะก่อให้เกิดควัน และมีผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว ผลกระทบนี้ส่วนใหญ่มักเกิดกับผู้ให้บริการสปา ดังนั้น จึงหันมาใช้บุนหาราไป ซึ่งมีความปลอดภัยสูงกว่า

4) สถานประกอบการสปาที่มีสูตรน้ำมันหอมระเหยเป็นของตัวเองมีความพยายามที่จะสร้างแบรนด์ แบบไทย ๆ โดยมีการตั้งชื่อน้ำมันหอมระเหยให้เป็นชื่อแบบไทย ๆ เช่น กลิ่นชอบคุณ กลิ่นใจดี กลิ่นความสงบ ทั้งนี้มีการอธิบายความหมายของคำ พร้อมทั้งส่วนผสมและสรรพคุณของกลิ่นนั้นๆที่มีผลต่อร่างกายและจิตใจของผู้ใช้บริการ

5) ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีร้านขายของที่ระลึกให้กับผู้ให้บริการ ซึ่งน้ำมันหอมระเหยที่เป็นผลิตภัณฑ์ของสปานั้น ก็จะเป็นของหนึ่งในของที่ระลึกให้กับผู้ให้บริการได้ซื้อกลับไปใช้ที่บ้าน

6) ปัจจุบัน ผู้ประกอบการสปา หรือผู้ดำเนินการสปาพยายามหาจุดเด่นให้กับสถานประกอบการ สปาของตนเอง จึงมีความพยายามศึกษาค้นคว้า หาข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันหอมระเหยมากขึ้น ทำให้ผู้ดำเนินสปามีความรู้ทางด้านการใช้ น้ำมันหอมระเหยมากขึ้น โดยรู้ทั้งผลดีและผลเสียของน้ำมันหอมระเหย มีวิธีการผสมน้ำมันหอมระเหยที่เหมาะสม สนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น รวมทั้งมีแนวโน้มในการสร้างความปลอดภัยด้านนี้มากขึ้น

7) สปาบางแห่งจะให้ผู้บริการสปาได้เรียนรู้ถึงสูตรน้ำมันหอมระเหยด้วย พร้อมทั้งให้เรียนรู้ในส่วนผสมของน้ำมันหอมระเหยที่ใช้ในการให้บริการ เนื่องจากมองว่า ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้สื่อสารกับผู้ให้บริการโดยตรง แต่สปาบางแห่งจะไม่บอกสูตรน้ำมันหอมระเหยให้ผู้ให้บริการทราบ เนื่องจากมองว่าเป็นข้อมูลลับ เปิดเผยไม่ได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันยังคงมีความหลากหลายค่อนข้างมาก การใช้น้ำมันหอมระเหยยังคงเป็นปัญหาในบางส่วน ทั้งนี้เพราะว่าสถานประกอบการบาง

แห่ง ยังใช้น้ำมันหอมระเหยที่เป็นสารสังเคราะห์ เพื่อเป็นการลดต้นทุน เพราะจากข้อมูลด้านราคาของ น้ำมันหอมระเหย พบว่า น้ำมันหอมระเหยที่เป็นกลิ่นธรรมชาติจริง ๆ จะมีราคาสูงมาก เช่น น้ำมันหอมระเหยกุหลาบที่เป็นของธรรมชาติจริง ๆ ขนาด 15 มิลลิลิตร จะมีราคาประมาณ 3,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สูงมาก ประกอบกับปัญหาด้านการตัดราคาทำให้สถานประกอบการสปาต้องหันมาลดต้นทุนด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ

การจัดการด้านเสียง ในการจัดการด้านเสียงของสถานประกอบการสปาในสามเหลี่ยมอันดามันนั้นมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สถานประกอบการสปาที่มีขนาดใหญ่ และมีการให้บริการแบบองค์รวมจะจ้างนักดนตรี ออกแบบเสียงดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสปาแห่งนั้นเอง และมีการตั้งชื่อเพลงให้เหมาะสมกับสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดนตรีที่นำมาใช้ในการบรรเลงส่วนใหญ่เป็นทั้งดนตรีในสไตล์ตะวันตก และสไตล์ตะวันออก ส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาที่มีเงินลงทุนสูง และจะนำแผ่นซีดีดนตรีนั้นมาขายเป็นของที่ระลึกในร้านขายของที่ระลึกของสปาแห่งนั้นด้วย

2. สถานประกอบการสปาบางแห่ง ยังไม่มีการเรียบเรียงเสียงดนตรีเป็นของสปาแห่งนั้นเอง แต่ดนตรีที่เข้ามาจากการศึกษาค้นคว้าของผู้ดำเนินการสปา และนำมาใช้ในการสถานประกอบการสปาแห่งนั้น

สำหรับการบำบัดด้วยดนตรีเป็นหลักนั้นยังไม่มี แต่เสียงดนตรี และเสียงธรรมชาติสำหรับสปา ในบางแห่งที่มีที่ตั้งแวดล้อมด้วยธรรมชาติ เช่น มีเสียงคลื่นจากชายหาด มีเสียงลมพัด เสียงนกร้องจากป่าโดยรอบ ก็จะทำให้เสียงที่เป็นธรรมชาติมาประกอบการให้บริการอื่น ๆ เช่น การนวด

การจัดการด้านการสัมผัส โดยทั่วไปในการให้บริการสปานั้น การจัดการด้านสัมผัสส่วนใหญ่คนทั่วไปมักจะคิดถึงถึงการนวด ซึ่งการนวดโดยทั่วไปนั้นมีวัตถุประสงค์ใน 3 ระดับด้วยกัน

ระดับที่ 1 เป็นบริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Service) ประกอบด้วย นวดบำบัด (Massage Therapy) เช่น นวดแผนโบราณแบบไทย นวดอายุรเวทแบบอินเดีย นวดน้ำมันแบบสวีเดน นวดแบบชิตส์หรือเรกิแบบญี่ปุ่น นวดตามสถานที่ (On - Site Massage) หรือการนวดแผนใหม่ เช่น นวดฝ่าเท้า (Reflexology) นวดด้วยน้ำ (Hydro Therapy) นวดด้วยหิน (Stone Massage) นวดด้วยเลเซอร์หรือเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ (Laser / Electronic Massage)

ระดับที่ 2 เป็นบริการที่บำรุงรักษาสุขภาพ (Wellness Oriented Service) ประกอบด้วย การนวดบำบัด (Massage Therapy) เน้นการนวดที่หนักมือ (Deep Tissue Massage) หรือนวดนักกีฬา (Sport Massage) เพื่อแก้ปัญหาความเจ็บปวดจากอุบัติเหตุ เล่นกีฬา หรือมีปัญหาปวดเมื่อยเรื้อรังจากการทำงานไม่ถูกสุขลักษณะมานาน หรือทำงานหักโหมเกินกำลัง การนวดฝ่าเท้า (Reflexology) การนวดขจัดไขมัน (Cellulite Rub) ตลอดจนการนวดรักษาโดยผู้นวดที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านบำบัดโรค เช่น โรคข้ออักเสบ (Arthritis) โรคปวดกล้ามเนื้อ (Fibromyalgia) การปวดหัว

(Headaches) การปวดหลัง (Low Back Pain) และอาการป่วยอื่น ๆ (Other Ailments) รวมทั้งการนวดสำหรับเด็ก (Infant Massage) การนวดผู้ตั้งครรภ์ (Pregnant Massage) และการนวดกะโหลกศีรษะ (Craniosacral Massage)

ระดับที่ 3 เป็นบริการที่ช่วยเสริมความงาม (Beauty Oriented Service) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การดูแลรักษาหน้า (Facial Treatment) เช่น การนวดหน้า (Face Massage) การบำรุงผิวหน้าด้วยกลิ่นหอมระเหย (Aroma Facial) การบำรุงหน้าเพื่อลดริ้วรอยแห่งวัย (Anti – Aging Facial) การทำให้ผิวชุ่มชื้น (Moisturizing Facial) การบำรุงหน้า (Revitalizing Facial) ด้วยวิตามินหรือสมุนไพรต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 การบำบัดร่างกาย (Body Treatment) เช่น การขัดผิว (Scrub) ด้วยน้ำมันเปปเปอร์มินต์ (Peppermint Oil) หรือเกลือทะเล (Sea Salt) การอบซาวน่า (Sauna) หรือการอบไอน้ำด้วยกลิ่นหอม (Aroma Steam Bath) การอาบน้ำนม (Milk Bath) หรือการอาบน้ำแร่ (Mineral Bath) การขัดด้วยการห่อ (Wraps) หรือการพอก (Mask) โดยใช้สาหร่ายทะเล (Seaweed) เกลือจากทะเลดำ (Dead Sea Salts) หรือ โคลน (Mud) การขัดลอกผิว (Body Exfoliation) การทำความสะอาดผิว (Cleansing Treatment)

ส่วนที่ 3 การเสริมสวย (Beauty Treatments) เช่น การทำเล็บมือ (Manicure) การทำเล็บเท้า (pedicure) การทำผมหรือการดูแลรักษาเส้นผม (Hair Care) การบำรุงรักษาตา (Eye Care) การถอนขน (Waxing) รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามและสุขภาพ

ในการจัดการด้านสัมผัสในสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เดิมทีสถานประกอบการสปาในเขตสามเหลี่ยมอันดามันยังไม่มีสถานประกอบการสปาประเภทบริการเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วย หรืออาการผิดปกติทางร่างกายของผู้ใช้บริการ เนื่องจากสปาประเภทนี้จะต้องได้รับอนุญาตแบบพิเศษทางการแพทย์ และจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการให้คำปรึกษาและการบำบัด (Medical Spa) ดังนั้น การจัดการด้านสัมผัสของสถานประกอบการสปาในเขตนี้จึงเป็นการนวดในระดับที่ 1 คือ เป็นบริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Service) และระดับที่ 3 คือ เป็นบริการที่ช่วยเสริมความงาม (Beauty Oriented Service) โดยที่ผู้ดำเนินการสปาจะเป็นผู้ฝึกหัดด้านการนวดให้กับผู้ให้บริการ

ปัจจุบันนี้มีสถานประกอบการสปาบางแห่งร่วมมือกับโรงพยาบาลแล้วเปิดให้บริการในรูปแบบ Medical Spa ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่สามารถให้การรักษาระดับที่ 2 ได้ ทั้งนี้มีรายละเอียดในการบริการด้านบำบัดรักษาในประเภทของการนวดแบบระดับที่ 2 ดังที่กล่าวมาข้างต้น

ในขณะนี้ ภูเก็ต เฮลท์ สปา ได้ร่วมมือกับโรงพยาบาลปัตตองเปิดให้บริการแบบบำบัดรักษา โดยเน้นการนวดกดจุด และการฝังเข็ม โดยเปิดให้บริการที่โรงพยาบาลปัตตอง อำเภอกะทู้ จังหวัด

ภูเก็ต และใช้ชื่อว่า Patong Medical Spa ทั้งนี้เพราะทางโรงพยาบาลต้องการเน้นกลุ่มลูกค้า หรือ ผู้ใช้บริการที่เป็น Health Tour และเริ่มให้เปิดบริการตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็น จุดเริ่มต้นที่ดีในการที่จะมี สปาประเภท Medical Spa ในแถบอันดามัน

ในขณะที่เดียวกันสปาของภาคเอกชนจะได้รับประโยชน์จากการร่วมมือจากโรงพยาบาลว่า เป็นการยกระดับจาก เดย์สปา เป็นเมดิคอลสปา ซึ่งดูว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกว่า และมีความเชี่ยวชาญกว่า ทั้งนี้บุคลากรที่ให้บริการจะเป็นทั้งแพทย์แผนไทย และผู้ให้บริการสปา ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการด้วยว่ามี อาการป่วยหรือไม่ ถ้ามีอาการป่วย หรือเป็นผู้ป่วย จะต้องใช้แพทย์แผนไทย โดยมีบุคลากรด้านแพทย์แผนไทยของโรงพยาบาลเป็นผู้ให้บริการ แต่ถ้ามาใช้บริการเพื่อความผ่อนคลายก็จะเป็นการบริการของสปาเอกชน ทั้งนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหาร การดำเนินงาน และการบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

ประเด็นที่ 2 การจัดการโครงสร้างองค์กรและการพัฒนาบุคลากร

โดยทั่วไปบุคลากรในสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันประกอบด้วยบุคคลต่อไปนี้

- 1) เจ้าของกิจการ มีหน้าที่วางนโยบาย กำกับดูแล จัดหาแหล่งทุน กำหนดหน้าที่ของแต่ละแผนก
- 2) ผู้ดำเนินกิจการ (Spa Manager) ทำหน้าที่ดำเนินตามนโยบาย วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ ควบคุมติดตามการปฏิบัติงาน จัดการเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ ตั้งงบประมาณการบริหาร
- 3) ผู้ฝึกอบรม (Trainer) มีภาระหน้าที่ในการอบรมบุคลากรให้เกิดความชำนาญ นำความรู้ใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาบุคลากร และดูแลพนักงานภายใต้กรอบที่กระทรวงสาธารณสุข กำหนด ดูแลความเรียบร้อยของสปา
- 4) พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapist) ทำหน้าที่หลัก คือ ให้บริการตามหน้าที่ ดูแลรับผิดชอบความสะอาด แนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการเรื่องการปฏิบัติตน ก่อน ระหว่าง หลัง เข้ารับบริการ พัฒนาทักษะในงานที่ตนเองรับผิดชอบ
- 5) เจ้าหน้าที่การตลาด (Marketing and Public Relation) มีภาระงาน คือ วางแผนกลยุทธ์ และเป้าหมายการตลาด และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ดูแลเว็บไซต์ ให้ข้อมูลทางเมล์
- 6) พนักงานต้อนรับ (Reception) เป็นส่วนที่ต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ เมนู ผลิตภัณฑ์ ทำประวัติลูกค้า นัดหมายการใช้บริการ ให้คำปรึกษาด้านการดูแลสุขภาพ เก็บเงิน ออกใบเสร็จ
- 7) แม่บ้านทำหน้าที่ดูแลความสะอาดเรียบร้อย สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ดูแลความสะอาดของเครื่องมืออุปกรณ์ ชักกรีด บริการเครื่องดื่ม จัดดอกไม้ ดูแลเปิด – เปิดสปา

- 8) พนักงานธุรการ ทำหน้าที่จัดสรร คัดเลือกพนักงานใหม่ ทดสอบความรู้เบื้องต้น พัฒนา และประเมินผลงานบุคลากร จ่ายเงินเดือน จัดซื้อ จัดหา คຸ້มสินค้าคงคลัง ทำบัญชี มาตรฐาน การประกันสังคม ดูแลระบบสารสนเทศ ทำบัญชี ตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัยให้เป็นไปตามกำหนดของข้อกฎหมาย

ส่วนจำนวนของบุคลากร ขึ้นอยู่กับขนาดของสถานประกอบการ จำนวนผู้ใช้บริการแต่ละครั้ง จากการศึกษาที่มีการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการสปาในลักษณะของเพื่อนที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน ทำให้แต่ละสถานประกอบการสปาสามารถสามารถเยี่ยมบุคลากร โดยเฉพาะผู้ให้บริการ สปาจากสถานประกอบการสปาแห่งอื่นร่วมกันได้

สำหรับสถานประกอบการสปาขนาดเล็ก ผู้จัดการสปาจะต้องมีความรู้ และทักษะทุกด้าน เช่น ด้านการออกแบบสถานที่ การออกแบบเมนู การจัดการผลิตภัณฑ์ การจัดการบุคลากร การทำการตลาด และต้องมีความรู้ในเรื่องทักษะการให้บริการสปา เพื่อแนะนำให้ลูกค้า รวมทั้งมีทักษะในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการด้วย

อย่างไรก็ตามในจังหวัดภูเก็ต และกระบี่ยังมีปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่เป็นผู้ให้บริการสปา จึงทำให้เกิดการซื้อตัวผู้ให้บริการสปาเพิ่มมากขึ้น จากปัญหานี้ผู้ประกอบการเสนอว่าควรจะมีการติดต่อประสานงานระหว่างผู้ทำธุรกิจสปาเพื่อขึ้นบัญชีผู้ให้บริการที่เปลี่ยนสถานที่การทำงาน เนื่องจากมีที่อื่นมาซื้อตัว ทั้ง ๆ ที่มีการเซ็นสัญญากับสปาอื่นเรียบร้อยแล้ว

การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา

ส่วนใหญ่การพัฒนาบุคลากรในสถานประกอบการสปามักจะเน้นในส่วนของฝ่ายต้อนรับ (Reception) และผู้ให้บริการสปา (Therapists) ทั้งนี้ประเด็นในการพัฒนาบุคลากรส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับประเด็นต่อไปนี้

- 1) การพัฒนาบุคลิกภาพของฝ่ายต้อนรับและฝ่ายผู้ให้บริการสปา เช่น การแต่งกาย การแต่งหน้า กิริยามารยาท เป็นต้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการสปาจะเชิญวิทยากรทั้งในและต่างประเทศมาให้ความรู้แก่บุคลากรในองค์กร
- 2) การพัฒนาด้านศิลปะการให้บริการ จะเน้นการบริการที่ประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นตอนแรกสุด คือ เมื่อลูกค้าเข้ามาถึงสถานประกอบการสปา เข้าสู่ขั้นตอนก่อนเริ่มทำทรีทเมนต์ ขณะทำทรีทเมนต์ หลังทำทรีทเมนต์ รวมถึงลักษณะการพูดคุยกับลูกค้า การใช้คำ การดูแลลูกค้า การจัดเตรียมสถานที่ เป็นต้น สถานประกอบการสปาที่ต้องการให้คุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการทุกคนเป็นมาตรฐานเดียวกันจะต้องให้ความรู้ในเรื่องของศิลปะการให้บริการทุกขั้นตอน และทุกสถานการณ์อย่างละเอียด
- 3) การอบรมความรู้ที่เกี่ยวกับสปา เช่น การนวดประเภทต่าง ๆ ศาสตร์ด้านน้ำมันหอมระเหย และความรู้ด้านกายวิภาคศาสตร์ เป็นต้น การฝึกอบรมด้านการนวดนั้น ผู้

ให้บริการสปาส่วนใหญ่จะต้องได้รับการพัฒนาโดยได้รับความรู้ด้านพื้นฐานของการนวด การวางแผนการนวดให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม การรักษาลักษณะท่าทางและจังหวะ ให้สม่ำเสมอ การปรับท่านวดตามลักษณะเรือนร่าง และเนื้อผิวของผู้ใช้บริการสปา การปรับน้ำหนักของการนวดให้เหมาะสมกับบริเวณที่นวด และให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า การสัมผัสลูกค้า โดยเรียนรู้ทั้งในเรื่องของประเภทของการนวดดังต่อไปนี้

- นวดตัว
- การนวดแบบสวีดิช ซึ่งประกอบด้วย การนวดเท้า นวดขา นวดแขน นวดบริเวณ หน้าอก นวดหน้าท้อง การนวดขาด้านหลัง การนวดหลัง จุดจักระ การนวด กล้ามเนื้อสะโพก การนวดคดิ่งกล้ามเนื้อข้างกระดูกสันหลัง การนวดกระดูก โศก ศีรษะ การนวดต้นคอ การนวดกล้ามเนื้อบริเวณไหล่
- การนวดหน้า ผู้ให้บริการสปาจะต้องเรียนรู้ โครงสร้างของผิวหนัง ความชุ่มชื้น โดยธรรมชาติของผิวหนัง เมลานิน ไขมัน การป้องกันเชื้อโรค การถูกทำลายของ ผิวหนัง การดูแลผิว ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการดูแลผิว วิธีการพอกหน้า สูตรการ ผสมผลิตภัณฑ์ในการดูแลรักษาผิว ท่านวดในการนวดหน้า ประกอบด้วย การลูบ วน การเค้นคลึง การตีกระทบ การเสียดสี การสั่นมือ เป็นต้น

นอกจากนี้ในสถานประกอบการสปาบางแห่งจะอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ที่สถาน บริการสปานั้นใช้อยู่กับพนักงานผู้ให้บริการสปา เนื่องจากมองว่า ผู้ให้บริการสปาเป็นผู้ที่ ต้องสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง และสัมผัสกับการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นทุกวัน จะทำให้มีความ น่าเชื่อถือมากกว่าผู้อื่น ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการสปามักเชื่อตามคำแนะนำของผู้ให้บริการสปา ด้วยซ้ำไป แต่ในสถานประกอบการสปาบางแห่งจะไม่ให้ความรู้ในเรื่องของส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ให้บริการสปา เนื่องจากมองว่าเป็นเรื่องสูตรเคล็ดลับเฉพาะที่ เป็นข้อมูล ที่เป็นความลับขององค์กร

- 4) การอบรมภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ตามกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการสปา โดยส่วน ใหญ่สถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่จะสอนให้ผู้ให้บริการสปาใช้ ภาษาที่ใช้สื่อสารกับลูกค้าให้เป็นไปในแนวเดียวกัน โดยเฉพาะศัพท์ที่เป็นเฉพาะด้าน ผู้ ให้บริการสปาจะต้องมีการเรียนรู้ด้านนี้โดยเฉพาะ เพื่อที่จะอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้

ประเด็นที่ 3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า สถานประกอบการสปาอันดามันส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ สำเร็จรูปที่สั่งมาจากบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในสปาโดยเฉพาะ ทโดยมีหลักในการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีลักษณะต่อไปนี้

1. มีความน่าเชื่อถือ ทั้งในเรื่องภาพลักษณ์ การดำเนินธุรกิจ และกระบวนการผลิต เนื่องจากสถานประกอบการสพบางแห่งจะชูจุดเด่นว่าใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ ไม่มีสารสังเคราะห์ หรือสารเคมีเจือปนมาใช้ในกระบวนการผลิตมาให้บริการแก่ลูกค้า

2. เป็นบริษัทที่ต้องมีการจัดฝึกอบรมในเรื่องของการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้ใช้บริการสพ ในการจัดฝึกอบรมนั้นจะต้องเป็นการฝึกอบรมที่มีคุณภาพทั้งในส่วนของการจัดการตกแต่ง คุณภาพของวิทยากร และควรจัดอบรมอย่างน้อยปีละ 1-2 ครั้ง

3. บริษัทจะต้องมีการบริการหลังการขายที่ดี

สำหรับการใช้สมุนไพรในสถานประกอบการสพ ผู้ประกอบการจะต้องแน่ใจว่าสมุนไพรที่ใช้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ แต่เนื่องจากในประเทศไทยการใช้สมุนไพรต่าง ๆ ยังมีงานวิจัยมารองรับในเรื่องของความปลอดภัยน้อย ดังนั้น การใช้สมุนไพรไทยในสพ จึงใช้ความรู้จากการบอกเล่าของผู้ใหญ่ที่เคยใช้แล้วได้ผล แล้วมาผสม เพื่อนำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ในสพ

อย่างไรก็ตาม ในสถานประกอบการสพขนาดใหญ่ ที่เป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศจะไม่นิยมใช้สมุนไพร แต่จะนำมาใช้ในการจัดวาง และตกแต่งสถานที่ เนื่องจากสมุนไพรไทยยังไม่ได้รับการศึกษาวิจัยอย่างแท้จริง ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สั่งมาจากบริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์ในสพโดยเฉพาะ

4.3 ข้อมูลการบริหารจัดการธุรกิจสพจากการสนทนากลุ่มย่อย

จากการที่ผู้วิจัยได้จัดการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) โดยให้ผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสพเป็นผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความหลากหลายของประเภทธุรกิจสพที่อยู่ในเขตอันดามัน ทั้งนี้แบ่งได้ดังนี้ คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการสพที่เป็นเดย์สพขนาดเล็ก 2) กลุ่มผู้ประกอบการสพที่เป็นเดย์สพขนาดใหญ่ 3) กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นรีสอร์ทสพ และ 4) ผู้ประกอบการสพที่เป็นเมดิคอล

จากการสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของข้อมูลที่ต้องการออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารธุรกิจสพ และสถานประกอบการสพ ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งของผู้บริหาร ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานด้านสุขภาพ ประเภทของสถานบริการ จำนวนเตียงที่ให้บริการ ทุนเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจสพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการจัดการด้านการตลาด ประกอบด้วย ประเภทของบริการ จุดแข็ง จุดอ่อนของสถานประกอบการ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการสพของลูกค้า จุดขายในการให้บริการสพ ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าบริการ อัตราค่าบริการ จุดเด่นในการออกแบบและตกแต่งสถานที่ รูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย จำนวนบุคลากร โครงสร้างของบุคลากร การสรรหาและคุณสมบัติของบุคลากร แนวทางในการฝึกอบรมบุคลากรก่อนเข้าทำงาน ระยะเวลาในการฝึกอบรมบุคลากร แนวทางการเพิ่มเงินเดือนของบุคลากร สวัสดิการของบุคลากร แนวทางการพัฒนาบุคลากร

ส่วนที่ 4 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์สปา ประกอบด้วย การจัดการด้านรูป การจัดการด้านรสชาติ การจัดการด้านกลิ่น การจัดการด้านเสียง การจัดการด้านสัมผัส และการจัดการการวัสดุอุปกรณ์ ปัจจัยในการเลือกวัสดุอุปกรณ์ และแนวทางในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนในการให้บริการสปา การประยุกต์ใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาไทย และวัฒนธรรมอันดีงามในการบริการสปา

จากการสนทนากลุ่มย่อยในประเด็นดังกล่าวข้างต้น มีผลการศึกษาดังนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสปาในทั้ง 3 จังหวัดมีการจำแนกสถานประกอบการสปาออกเป็นประเภทต่างๆ คือ

1. เดย์สปา หมายถึง สปาที่ไม่มีที่พักค้างคืน ให้บริการสปาโดยให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสปาเท่านั้น ซึ่งมีทั้งเดย์สปาที่เป็นขนาดเล็ก และเดย์สปาที่มีขนาดใหญ่
2. รีสอร์ทสปาที่เป็นของโรงแรมบริหารเอง โดยสปาจะเป็นแผนกหนึ่งในโรงแรม มีผู้จัดการที่เป็นหลัก คือ ผู้จัดการสปา
3. รีสอร์ทสปาที่บริษัทเช่าที่โรงแรมเพื่อบริหารจัดการโดยบริษัทดำเนินการเอง
4. เมดิคอล สปา หมายถึงสถานบริการสปาที่มุ่งเน้นการรักษา

จากการทำ การสนทนากลุ่มย่อย (Small group discussion) รวม 28 แห่ง จำแนกรายจังหวัด พบว่าเป็นสถานประกอบการสปาจากจังหวัดภูเก็ต 16 แห่ง จังหวัดพังงา 6 แห่งและจังหวัดกระบี่ 6 แห่ง ถ้าจำแนกตามประเภทของสถานประกอบการสปาพบว่า เป็นเดย์สปา 8 แห่ง รีสอร์ทสปาที่โรงแรมดำเนินการเอง 14 แห่ง และ รีสอร์ทสปาที่มีบริษัทเช่าที่โรงแรมเพื่อดำเนินการบริการเอง จำนวน 5 แห่ง และเป็นเมดิคอลสปาอีก 1 แห่งโดยผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อย เป็นเพศชาย 4 คน และเป็นเพศหญิง 24 คน อายุผู้เข้าร่วมการสนทนามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 34.03 ปี โดยอายุต่ำสุดคือ 22 ปี และอายุสูงสุดคือ 50 ปี ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเป็นเจ้าของกิจการเอง 3 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการสปา คือ 22 คน มีที่เป็นทั้งเจ้าของและเป็นผู้จัดการเอง 1 คน ส่วนตำแหน่งอื่นๆ คือพนักงานบัญชีและฝ่ายการตลาดอีก 2 คน ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทสปา	28	100.0
● เดย์สปา	8	28.6
● รีสอร์ทสปา	14	50.0
● รีสอร์ทสปาที่เช่าที่โรงแรม	5	17.8
● เมดิคอลสปา	1	3.6
เพศ	28	100.0
● ชาย	4	14.3
● หญิง	24	85.7
สถานะ	28	100.0
● เจ้าของกิจการเอง	3	10.7
● ผู้จัดการ	22	78.6
● เจ้าของและผู้จัดการ	1	3.6
● อื่นๆ	2	7.1
อายุ	28	100.0
● 20-24 ปี	1	3.6
● 25-29 ปี	2	7.2
● 30-34 ปี	12	42.9
● 35-39 ปี	9	32.2
● 40-44 ปี	3	10.8
● 45-49 ปี	0	0.0
● 50 ปีขึ้นไป	1	3.6

จำนวนเพียงที่ให้บริการในสถานประกอบการสปาจะแยกเป็นประเภทนวดไทย นวดน้ำมัน และนวดเท้า ตามแต่ประเภทบริการที่แต่ละแห่งมีการให้บริการ โดยพบว่าค่าเฉลี่ยของเตียงนวดไทยอยู่ที่ 12.1 เตียง นวดน้ำมันค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.6 เตียง และนวดเท้ามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.96 เตียง ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเตียงของสถานบริการ

จำนวนเตียงตามประเภท	ค่าเฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด
● นวดไทย	12.1	2	100
● นวดน้ำมัน	11.6	2	56
● นวดเท้า	4.9	1	20

ระดับการศึกษาของผู้ที่เข้ามาดูแลธุรกิจสปาส่วนใหญ่ร้อยละ 71.6 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในสาขาที่หลากหลาย เช่น สาขาสุขภาพ สาธารณสุขศาสตร์ บริหารธุรกิจ การท่องเที่ยว อักษรศาสตร์ เป็นต้น โดยมีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับด้านนี้มาส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลาระหว่าง 5-10 ปี ร้อยละ 42.9 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.9 ปี ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับวุฒิการศึกษา และประสบการณ์การทำงานของผู้ดูแลสถานบริการสปา

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	28	100.0
● ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	8	28.6
● ระดับปริญญาตรี	20	71.4
ประสบการณ์การทำงาน	28	100.0
● ต่ำกว่า 1 ปี	0	0
● 1-4 ปี	9	32.1
● 5-10 ปี	12	42.9
● 10 ปีขึ้นไป	7	25.0

ในกลุ่มสถานประกอบการที่เป็นเดย์สปา พบว่า ทุนเริ่มต้นก่อตั้ง ส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-5 ล้านบาท และรองลงมาคือทุนเริ่มต้นในการก่อสร้าง เท่ากับ 10 ล้านบาทขึ้นไปจำนวนเตียงรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 60.9 เตียง ส่วนประสบการณ์ของผู้เข้ามาบริหารจัดการธุรกิจสปา ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ปี

กลุ่มสถานประกอบการสปาที่เป็นรีสอร์ทสปา ในกลุ่มนี้ต้องใช้งบในการก่อสร้างอยู่ที่ 10 ล้านบาทขึ้นไป จำนวนเตียงรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 15.7 เตียง ประสบการณ์ของผู้เข้ามาบริหารจัดการค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.8 ปี ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเตียงของสถานบริการประเภทต่างๆ

จำนวนเตียงจำแนกตาม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด
ประเภทสปา			
1. เดย์สปา	60.9	2	100
● นวดไทย	29.5	2	100
● นวดน้ำมัน	24.6	4	56
● นวดเท้า	6.9	2	20
2. รีสอร์ทสปา	15.7	2	20
● นวดไทย	5.3	2	12
● นวดน้ำมัน	6.2	2	20
● นวดเท้า	4.2	2	12

กลุ่มเมดิคอลสปา อยู่ในขั้นเริ่มต้นเปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2549 นี้ต้นทุนในการก่อสร้างอยู่ที่ 1-5 ล้านบาท จำนวนเตียงยังไม่มากนัก เป็นนวดไทยเพียง 4 เตียง นวดน้ำมัน 6 เตียง และนวดเท้า 6 เตียง จำนวนบุคลากรที่ให้บริการ จะมีแพทย์แผนไทยให้บริการ 2 คน และมีพนักงานสุขภาพบำบัด 8-9 คน โดยจะเน้นรูปแบบการบริการที่แตกต่างจากที่อื่นๆ โดยจัดแพคเกจเป็นทัวร์สุขภาพ ซึ่งประสบการณ์ของผู้จัดการสปา มีประสบการณ์ทางด้านนี้มา 3 ปีขึ้นไป

จังหวัดภูเก็ต สถานประกอบการสปาในจังหวัดนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเดย์สปา โดยใช้ทุนเริ่มต้นในการก่อสร้างค่อนข้างสูง มากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไป จำนวนเตียงนวดไทยที่มีให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 18.0 เตียง นวดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 15.3 และเตียงนวดเท้ามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 6.3 เตียง ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.5

จังหวัดพังงา สถานประกอบการสปาในจังหวัดนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มรีสอร์ทสปา โดยใช้ทุนเริ่มต้นในการก่อสร้างค่อนข้างสูง มากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไปเช่นเดียวกับของจังหวัดภูเก็ตจำนวนเตียงนวดไทยที่มีให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.3 เตียง นวดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 8.3 และเตียงนวดเท้ามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.8 เตียง ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.5

จังหวัดกระบี่ สถานประกอบการสปาในจังหวัดนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเดย์สปาและรีสอร์ทสปา ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน โดยใช้ทุนเริ่มต้นในการก่อสร้างตั้งแต่ 1 - 10 ล้านบาทขึ้นไปจำนวนเตียงนวดไทยที่มีให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1 เตียง นวดน้ำมันมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.8 และเตียงนวดเท้ามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.6 เตียง ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเตียงที่ให้บริการของสปาแยกตามจังหวัดที่ตั้ง

จำนวนเตียงจำแนกตาม	ค่าเฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด
จังหวัดที่ตั้ง	15.7	2	20
1. ภูเก็ต			
● นวดไทย	18.0	2	100
● นวดน้ำมัน	15.3	2	56
● นวดเท้า	6.3	1	20
2. พังงา			
● นวดไทย	5.3	2	12
● นวดน้ำมัน	8.3	4	16
● นวดเท้า	3.8	2	10
3. กระบี่			
● นวดไทย	3.1	2	5
● นวดน้ำมัน	4.8	2	8
● นวดเท้า	2.6	2	4

สรุป ผู้ดำเนินการในสถานประกอบการสปาผู้ดำเนินการหรือผู้จัดการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่เข้ามา ร่วมในการทำกลุ่มสนทนา และอายุส่วนใหญ่ของผู้เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการมักจะมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีประสบการณ์การทำงานในด้านนี้ไม่ต่ำกว่า 5 ปี และในด้านการลงทุน พบว่าสถานประกอบการสปาในแถบอันดามันใช้ทุนในการเริ่มต้นค่อนข้างสูง ในส่วนของเตียงที่มีให้บริการ ทั้งเตียงนวดไทย นวดน้ำมัน และเตียงนวดเท้าในจังหวัดภูเก็ตมีเตียงที่ให้บริการจำนวนมากกว่าจังหวัดพังงาและภูเก็ต

4.3.2 การจัดการด้านการตลาด

ประเภทของบริการสปาที่ให้บริการ มีบริการที่หลากหลายและสิ่งที่จะต้องมีเป็นบริการหลักคือ การนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) และการนวดไทย (Thai Massage) การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) การบำบัดด้วยน้ำและความร้อน (Hydro and Thermal Therapy) ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ก็มีเข้ามาเสริมบ้าง เช่น การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage) การขัดผิวด้วยสมุนไพร การขัดผิวด้วยการห่อ (Body Scrub, Body Wrap /Mask) การทำทรีทเมนท์หน้า (Facial Treatment) การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, Shoulder and Head Massage) การนวดเท้า (Foot

Reflexology) การทำเล็บมือเล็บเท้า (Manicure / Pedicure) บริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Food and Beverage) การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health) และการฝึกสมาธิ (Meditation) และเริ่มมีการนำการบำบัดด้วยหินร้อน (warm stone) เข้ามาร่วมด้วย

จุดแข็งของสถานประกอบการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

ด้านสถานที่เน้นการเดินทางที่สะดวกหรือมีรถรับส่ง ด้านบรรยากาศเน้นบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ การตกแต่งสถานที่ให้สอดคล้องกับธรรมชาติที่สถานที่ตั้งอยู่ เช่น ติดทะเล สัมผัสเสียงคลื่น เน้นความเป็นไทยและนำภูมิปัญญาไทยเข้ามาร่วมในการตกแต่งด้วย เช่น ตกแต่งให้เป็นบรรยากาศ นวดแบบราชสำนัก หรือตกแต่งโดยอิงความเป็นวัฒนธรรมไทยโบราณ เช่นการตกแต่งหน้าต่างด้วย กระจก การสร้างสถานที่ที่มีน้ำล้อมรอบ หรือการเอาสัตว์ที่เป็นความเชื่อโบราณมาตกแต่งสถานที่เช่น ตลอดจนนำวัฒนธรรมที่เป็นทางใต้เข้ามาร่วมด้วย เช่น ชุดรับแขกที่เป็นสไตล์ภูเก็ตเก่าแก่ คือเป็น เฟอร์นิเจอร์ไม้ การแต่งกายด้วยผ้าปาเต๊ะและผ้าลูกไม้ของพนักงานต้อนรับ

ด้านพนักงานให้บริการ (Therapists) จะเน้นที่การมีจิตใจให้บริการมากกว่าการมีทักษะการนวดอย่างเดียว รูปแบบการนวดจะนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบของแต่ละสถานที่เอง อาจจะมีทรีทเมนต์สำหรับเด็ก

ด้านการบริการจะให้บริการ เน้นที่ความเป็นไทย คือ นอบน้อมและยิ้มแย้มแจ่มใส เน้นการนวดที่ผ่อนคลาย การนวดอาหารสุขภาพ น้ำสมุนไพรที่นำความรู้เรื่องธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์เข้ากับการให้บริการ เช่นช่วงเช้าเป็นช่วงที่ธาตุน้ำในร่างกายพร่อง จึงเสิร์ฟให้น้ำสมุนไพรที่ตรงกับธาตุน้ำคือน้ำสมุนไพรที่ออกรสเปรี้ยว เช่นน้ำมะขาม เป็นต้นบางครั้งอาจเพิ่มกิจกรรมที่มีความเป็นไทยเพิ่มเข้าไป เช่นการต๋อยมวย การจัดดอกไม้ การแกะสลัก หรือการทำอาหารไทย

ด้านผลิตภัณฑ์ เน้นผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกความเป็นไทยเช่น สมุนไพรไทย ความเป็นวัสดุที่มาจากธรรมชาติและถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับหน้าจะเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีผลการยืนยันทางห้องแล็บเป็นพิเศษ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลข้างเคียงน้อยมาก ด้านวัสดุ อุปกรณ์ในการให้บริการเน้นที่ความสะดวกเป็นสำคัญ

จุดอ่อนของสถานประกอบการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

ด้านสถานที่การเดินทางไปมาไม่สะดวกต้องอาศัยมากับเอเจนซีเท่านั้น ดังนั้นในการที่จะมีลูกค้าที่ไม่ได้พักในโรงแรมจะเดินมาใช้บริการของสปาอย่างเดียวจึงเป็นไปได้ยากมาก

ด้านพนักงานให้บริการ (Therapists) พบว่าอัตราการลาออกของพนักงานมีสูงมาก การแย่งตัวถือเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมาก เพราะแต่ละที่ไม่เน้นการสร้างบุคลากรที่เป็นของตัวเอง และในสวนหน้า ซึ่งเป็นแผนกต้อนรับยังขาดการประสานงานกับแผนกอื่นๆ ในกรณีที่มีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นกลุ่มใหญ่

ด้านการบริการเน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ เพราะให้บริการตามความต้องการของเอเจนซี่มากกว่าคุณภาพที่ควรจะให้ตามศาสตร์ของสปา

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าบางครั้งในกลุ่มของเดย์สปามีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์บางครั้งไม่สอดคล้องกับความต้องการใช้หรือการวางแผนการใช้งานของอุปกรณ์นั้น เช่นการวางอ่างแช่ตัว (Bath) ในห้องชุด เมื่อไม่มีคนใช้ห้องนั้น ก็ทำให้อัตราการใช้งานอ่างนั้นลดน้อยลงไปด้วยไม่คุ้มกับการลงทุน

โอกาสในการทำธุรกิจสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นตัวแปรสำคัญในการทำให้เกิดธุรกิจนี้ขึ้น รวมถึง ความนิยมหรือความสนใจเป็นส่วนตัวของเจ้าของกิจการด้านการดูแลสุขภาพ และความชอบในการรับบริการสุขภาพนี้เป็นทุนเดิม และนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวก็มีส่วนผลักดันให้ธุรกิจนี้เติบโตอย่างรวดเร็ว

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป และรองลงมาเป็นชาวเอเชียใต้ และเป็นคนไทย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งพฤติกรรมในการใช้บริการสปาของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการรูปแบบการให้บริการ อาทิเช่น ลูกค้าเป็นญี่ปุ่นจะเน้นการบริการที่อ่อนน้อมและพิถีพิถันในการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการต้องอยู่ในเกรดดี ส่วนลูกค้าที่มาจากชาวยุโรปจะเน้นบรรยากาศของสถานที่ เช่น เสียงคลื่น เสียงฝน ตลอดจนบรรยากาศที่บอกความเป็นไทยๆ มากกว่ารูปแบบที่ทันสมัยเพราะลูกค้ากลุ่มนี้มีความเป็นส่วนตัวสูงมาก เน้นความรู้สึกเหมือนอยู่ในบ้านของตัวเอง (บ้านหลังที่สอง) สำหรับลูกค้าคนไทยจะเน้นสถานที่ที่ไปมาสะดวกและบริการต้องเน้นทักษะความชำนาญเป็นพิเศษ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่เป็นไทยๆ ต้องเปลี่ยนสภาพจากเดิมแล้ว เช่น มะขามเปียกต้องไม่มีสภาพของมะขามให้เห็นต้องมาในรูปแบบครีมจะนิยมมากกว่า ซึ่งแตกต่างจากชาวยุโรปที่ชอบในสภาพที่เป็นธรรมชาติดั้งเดิม

จุดขายในการให้บริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

ความเป็นสถานบริการที่แฝงตัวอยู่ในธรรมชาติ หรือมีธรรมชาติอยู่แวดล้อมถือเป็นจุดขายที่สำคัญมากของธุรกิจนี้ การตกแต่งสถานที่ที่เน้นความเป็นไทยตลอดจนการจัดสถานที่ให้มีความเป็นส่วนตัวสูงเป็นจุดที่ลูกค้านิยมมาใช้บริการมาก การบริการที่เน้นคุณภาพจะเป็นส่วนหนึ่งที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการอีกครั้งรวมทั้งการต้อนรับโดยความเต็มใจให้ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าว่าเปรียบเสมือนอยู่บ้านของตัวเอง ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ของพนักงานต้อนรับที่สามารถตอบได้ทุกเรื่อง และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือแพคเกจที่มีให้เลือกมาก โดยใช้ชื่อเรียกที่บอกความเป็นไทยเช่น

- Kob Koon – A blend of plai & ylang ylang used to calm nervousness
- Jai Yen - A blend of mint & eucalyptus
- Choke Dee - A blend of ylang ylang, bergamot and geranium – create a romantic feeling
- Jai Dee- A blend of lemongrass, lavender and sandalwood used to help elevate stress

ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าบริการใน 3 จังหวัดอันดามัน

ส่วนใหญ่ขึ้นกับราคาต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ในบางแห่งที่หาลูกค้าผ่านบริษัทนำเที่ยวก็จะนำมาร่วมในการกำหนดราคาด้วย อัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาราคาต่ำสุดจะอยู่ที่ราคา 200 บาทต่อ 30 นาที และราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 15,300 บาท ซึ่งจัดทำเป็นแพคเกจ ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง 30 นาที ตัวอย่างเช่น

- Kwam Sa-Ngob / Pure Peace 2.5 ชั่วโมง ประกอบด้วย Siamese herbal body scrub , Aromatic healing bath, Royal oriental massage
- Chee Wit Mai / Rejuvenation 3.5 ชั่วโมง ประกอบด้วย Siamese herbal body scrub or wrap , Aromatic healing bath, Herbal aroma massage

ปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ของสถานประกอบการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

การตัดสินใจว่าจะเลือกสถานที่ใดเป็นที่ที่ประกอบธุรกิจจะนำทำเลที่ตั้งที่ติดกับธรรมชาติและความสะดวกไม่ไกลเกินไป มาร่วมในการพิจารณาเป็นส่วนใหญ่ การออกแบบสไตล์สปาส่วนใหญ่เน้นในรูปแบบที่มีความเป็นไทยผสมผสานอยู่ โดยเน้นความสงบเงียบ

ลักษณะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สถานประกอบการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

ลักษณะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาภายในประเทศ มักนิยมโดยการจัดทำใบปลิว แผ่นพับ จัดทำเว็บไซต์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ในส่วนของลักษณะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาในต่างประเทศมักมีการจัดทำเว็บไซต์ของโรงแรมที่สถานบริการตั้งอยู่ หรือการออกบูธร่วมกับภาคเอกชนและภาครัฐในต่างประเทศ บางแห่งมองว่าการซื้อพื้นที่ในหน้านิตยสารของต่างประเทศจะได้มาซึ่งลูกค้าที่มีอำนาจการซื้อที่สูง

ระยะเวลาที่ท่านตั้งเป้าว่าจะคุ้มทุน ในธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตั้งเป้าว่าจะคุ้มทุนภายในเวลา 3-5 ปี โดยขึ้นอยู่กับประเภทของสถานบริการนั้นๆว่าเป็นเดย์สปาหรือรีสอร์ทสปา จากการสอบถามผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มพบว่าในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาพบว่าสถานการณ์สินามิที่ผ่านมามีผลกระทบต่อการลงทุนอย่างมาก ซึ่งส่วนใหญ่บอกว่าการลงทุนที่ผ่านมายังไม่คุ้มทุนตามเป้าที่วางไว้

การจัดการด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง คือ รูปแบบการนวดที่แต่ละสถานบริการได้คิดค้นขึ้นมาเป็นเอกลักษณ์ของตนเองและเน้นความเป็นไทย รูปแบบประเพณีไทยที่นำมาประยุกต์เข้ากับสถานที่ รวมทั้งการสร้างแพคเกจแบบต่อเนื่องในกลุ่มลูกค้าที่มาพักผ่อนในระยะเวลายาว ตลอดจนการบริการที่หลากหลายอาทิเช่น การนำบริการของ warm stone เข้ามาเพิ่มในบริการ การเดินทางไปที่สะดวกมีผลทำให้กลุ่มลูกค้าเช่นคนไทยนิยมมาใช้บริการ

จุดอ่อน ของจังหวัดภูเก็ตคือเน้นปริมาณมากเกินไป จึงมีผลกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับลูกค้า การบริหารจัดการในส่วนหน้าที่ทำหน้าที่ต้อนรับยังขาดความคล่องตัวในกรณีที่มีลูกค้าลงมาใช้บริการพร้อมกันในจำนวนมากของสถานบริการประเภทเดย์สปา การแย่งตัวของพนักงานสุขภาพบำบัด

จุดขาย ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องทักษะการให้บริการที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกและการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ราคา เป็นกลุ่มสถานประกอบการสปาในจังหวัดนี้จะมีราคาที่ค่อนข้างสูง ราคาจะเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 800- 5,800 บาท เพราะมีปัจจัยหลายตัวเข้ามาเป็นตัวกำหนดต้นทุน อาทิเช่น ค่าตอบแทนที่ต้องให้พนักงานที่เกี่ยว เป็นต้น รายละเอียดตามตารางที่ 4.6

การจัดการด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงา

จุดแข็ง คือ ทักษะการนวดที่ผ่อนคลาย และความสามารถของพนักงานสุขภาพบำบัดที่มีความรู้ในเรื่องการนวดและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ตลอดจนธรรมชาติที่สถานบริการตั้งอยู่มีความเป็นส่วนตัว และได้ผ่อนคลายอย่างแท้จริง

จุดอ่อน การคมนาคมไม่สะดวกในการเดินทาง ต้องทำการติดต่อผ่านกับบริษัททัวร์จึงจะมีแขกเข้ามาใช้บริการ ช่วงที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวน้อย(low season)ยังเป็นปัญหา

จุดขาย จังหวัดพังงาธรรมชาติถือเป็นจุดขายที่ดีของสถานประกอบการสปา รวมทั้งการที่พนักงานสุขภาพบำบัดมีความรู้และทักษะการให้บริการที่ชำนาญ รูปแบบของแพคเกจที่มีความหลากหลายและบอกความเป็นไทย รวมถึงการมีจิตบริการเป็นหลัก

ราคา ราคาค่อนข้างสูงกว่าภูเก็ตเพราะส่วนใหญ่เป็นรีสอร์ทสปา เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นโซนยุโรป และแถบสแกนดิเนเวียโดยเฉพาะ ราคาจะอยู่ในค่าเฉลี่ยที่ 1,000- 7,000 บาท ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคา คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ และบริการที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญ โดยถือหลักว่าเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของลูกค้า ลูกค้ามีกำลังซื้ออย่างน้อยเท่าไร สถานที่ของสถานบริการสปา และราคาห้องพักอยู่ในระดับใด (ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.6)

การจัดการตลาดของสถานประกอบการสปาของจังหวัดกระบี่

จุดแข็ง ลักษณะของสถานที่ที่มีธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ การบริการที่เน้นความเป็นไทย เน้นการนำภูมิปัญญาไทยเข้ามาผนวกในสถานประกอบการเช่น การนวดไทยแบบราชสำนัก การบริการที่อ่อนน้อม

จุดอ่อน ในจังหวัดกระบี่มีจุดอ่อนเรื่องการลาออกของพนักงานค่อนข้างสูง เพราะมีการเข้ามาไปทำงานในจังหวัดใกล้เคียง จึงเกิดปัญหาการแย่งตัวพนักงานสุขภาพบำบัด

จุดขาย การต้อนรับที่เน้นความเป็นไทย สถานที่เน้นความเป็นส่วนตัวและมีบรรยากาศการผ่อนคลายที่แท้จริง สไตล์เน้นความเป็นไทยภาคใต้และเน้นความเป็น outdoor ได้สัมผัสผืนความเป็นป่าและชายหาดไปพร้อมๆกัน

ราคา จะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องคือประเภทแพคเกจที่กำหนดไว้ในเมนู มีความหลากหลาย ราคาจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 700- 5,500 บาท ดังรายละเอียดตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับราคาของการให้บริการจำแนกตามประเภทของสถานบริการ และจังหวัด

ราคาบริการ	ค่าเฉลี่ยต่ำสุด	ค่าเฉลี่ยสูงสุด
จำแนกตามประเภทสปา		
เดย์สปา	656.2	4,650.0
รีสอร์ทสปา	950.5	6,843.6
จำแนกตามจังหวัด		
จังหวัดภูเก็ต	821.8	5,803.7
จังหวัดพังงา	1,025.0	6,937.5
จังหวัดกระบี่	708.3	5,583.3

สรุป การจัดการตลาดของสถานบริการสปาของ 3 จังหวัดในอันดามัน จะมีจุดแข็งคือความเป็นธรรมชาติที่มีอยู่โดยรอบของสถานบริการ รวมทั้งธรรมชาติที่เข้ามาช่วยในธุรกิจสปา เช่น น้ำพุร้อน รวมทั้งการนำความเป็นไทยเข้ามาผนวกกับชื่อแพคเกจ การบริการที่เน้นให้เกิดการผ่อนคลายแก่ผู้มารับบริการ

4.3.3 การจัดการด้านการบริหารจัดการองค์กรในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

จำนวนบุคลากรส่วนใหญ่จะขึ้นกับประเภทของสถานบริการสปา เช่น ถ้าเป็นเดย์สปา จำนวนบุคลากรจะมีจำนวนมาก เพื่อรองรับลูกค้าที่เข้ามาครั้งละจำนวนมากๆ ค่าเฉลี่ยของบุคลากรในเดย์สปา เท่ากับ 60-70 คน ในขณะที่ รีสอร์ทสปาจะมีจำนวนบุคลากรเฉลี่ยอยู่ที่ 10-15 คน ซึ่งบุคลากรใน รีสอร์ทสปาจะประกอบด้วยฝ่ายต้อนรับ พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapists) ผู้ฝึกอบรม และผู้จัดการสปา แต่ถ้าเป็นเดย์สปาจะไม่มีโครงสร้างที่เป็นลำดับขั้นเช่นเดียวกันกับรีสอร์ทสปา แต่ในบุคลากร 1 คนอาจปฏิบัติงานในหลายหน้าที่ เป็นการประหยัดงบประมาณในการบริหารจัดการ รายละเอียดตามตารางที่ 4.7

วิธีการสรรหาพนักงานนักสุขภาพบำบัด ขึ้นอยู่กับว่าจะจะเป็นเดย์สปาหรือรีสอร์ทสปา ถ้าเป็นเดย์สปาจะทำการสรรหาพนักงานจากการประกาศ หรือการรับสมัครผ่านสำนักงานจัดหางาน มีบางแห่งที่ไปเฟ้นหาบุคลากรในต่างจังหวัดเพื่อนำมาฝึกหัดเอง โดยคุณสมบัติของบุคลากรไม่เน้นว่าจะมีความรู้เรื่องนวดมาก่อนหรือไม่ แต่เน้นที่การมีจิตในการให้บริการที่ดี มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ ในกรณีของรีสอร์ทสปาจะสรรหาพนักงานโดยผ่านแผนกบุคลากรก่อนแล้วจึงมาถึงผู้จัดการสปาให้คัดสรรอีกที

ในส่วนของคุณสมบัติของ พนักงานต้อนรับจะเน้นเรื่องบุคลิกภาพ และการมีจิตใ้บริการ มีความรู้เรื่องภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาเกาหลี ทักษะด้านการใช้คอมพิวเตอร์ก็เป็นสิ่งสำคัญ อาจจะมีความรู้ด้านการบริการสปาขั้นพื้นฐานและมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา ในส่วนของผู้จัดการสปา ต้องมีความรู้ และหรือ มีประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการสปามาก่อน และทักษะทางด้านการบริหาร มีความสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดีหรือพูดภาษาอื่นๆ เพิ่มเติมได้

แนวทางในการฝึกพนักงานก่อนเข้าทำงานส่วนใหญ่จะอาศัยให้พนักงานสุขภาพบำบัดเรียนรู้จากหัวหน้างาน มีบางแห่งที่เชิญให้ผู้ฝึกงานให้ความรู้แก่พนักงานเช่น เรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร หรือเรื่องทักษะการใช้อุปกรณ์ในสถานบริการสปา หรือความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ มีเพียงบางแห่งเล็กน้อยที่จัดตั้งเป็นสถาบันการสอนโดยตรง

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการฝึกพนักงานใหม่ เท่ากับ 1.8- 2 เดือน โดยแต่ละแห่งจะจัดให้มีการทดสอบฝีมือหลังจากผ่านการอบรมแล้ว โดยจะทดสอบโดยการนวดให้กับผู้จัดการโดยตรง และเมื่อปฏิบัติงานได้ในระยะเวลาประมาณ 4 เดือนจะมีการประเมินฝีมือ โดยความสามารถของพนักงานจะนำมาประกอบในการพิจารณารายได้ของพนักงานด้วย เงินเดือนเริ่มต้นของพนักงาน จะอยู่ที่ 4,000-5,000 บาทต่อเดือน ในกรณีที่เป็นรีสอร์ทสปาจะมีสวัสดิการ ที่พัก อาหาร และเซอร์วิสชาร์จรวมเข้าไปด้วย อาจจะมีทิปรายคนหรือนำมารวมกันขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละแห่ง แต่ถ้าเป็นเดย์สปาจะมีค่า

ชั่วโมงตามความสามารถหรือให้ตามประเภททักษะการนวดในแต่ละแบบ ซึ่งแนวทางการเพิ่มเงินเดือนของพนักงานบริการสปาขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานเอง และระยะเวลาที่อยู่มานาน

แนวทางการพัฒนาบุคลากรในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามันทางผู้จัดการหรือเจ้าของจะเน้นการพัฒนาในเรื่องภาษา และความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ตลอดจนอันตรายที่เป็นผลข้างเคียงที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ เพื่อเป็นการยกระดับความรู้ของพนักงาน

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรของสถานบริการสปาจำแนกตามประเภทและจังหวัด

จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ต่ำสุด	สูงสุด
จำนวนบุคลากรจำแนกตามประเภท			
• เดย์สปา	72.5	5	300
• รีสอร์ทสปา	11.4	2	40
จำนวนบุคลากรจำแนกตามจังหวัด			
จังหวัดภูเก็ต	42.8	5	300
จังหวัดพังงา	12.5	5	20
จังหวัดกระบี่	7.1	2	20

จังหวัดภูเก็ต จำนวนบุคลากรของสถานบริการสปาแต่ละแห่งจะอยู่ที่ค่าเฉลี่ยประมาณ 40-45 คน การสรรหาคูบุคลากรส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางการประกาศผ่านสื่อรวมทั้งการสรรหาจากสำนักงานจัดหางาน โดยเมื่อได้พนักงานมาแล้วส่วนใหญ่หัวหน้างานหรือผู้ฝึกสอนจะทำหน้าที่ฝึกสอนให้เอง โดยใช้เวลาในการฝึกในระยะเวลา 1.5 – 2 เดือน สวัสดิการที่ได้รับของพนักงานก็จะมีเงินเดือนทิปรวมหรือทิปรายคน ค่าชั่วโมง และสวัสดิการเรื่องอาหาร ที่อยู่ และชุดยูนิฟอร์ม

จังหวัดพังงา จำนวนบุคลากรของจังหวัดนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 12-15 คน โดยมีการสรรหาโดยการบอกต่อจากเพื่อนต่อเพื่อน และการฝึกหัดพนักงานใหม่ใช้วิธีการฝึกจากหัวหน้างานโดยตรง ใช้ระยะเวลาในการฝึกอยู่ที่ค่าเฉลี่ยประมาณ 2 เดือน สวัสดิการที่ได้รับของพนักงานมีเงินเดือน มีเซอร์วิสชาร์จ์ ทิปรวมหรือทิปรายคน ค่าชั่วโมง และสวัสดิการเรื่องอาหาร ที่อยู่ ชุดยูนิฟอร์ม และค่าน้ำมันรถ

จังหวัดกระบี่ จำนวนบุคลากรของจังหวัดนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7-10 คน โดยมีการสรรหาโดยผ่านทางสำนักงานจัดหางาน และการพนักงานใหม่ได้รับการฝึกสอนโดยตรงหัวหน้างาน และฝึกทักษะตามหน่วยงานราชการที่จัด ระยะเวลาในการฝึกอยู่ที่ค่าเฉลี่ยประมาณ 1-1.5 เดือน สวัสดิการที่ได้รับของพนักงานมีเงินเดือน มีเซอร์วิสชาร์จ์ ทิปรวมหรือทิปรายคน ค่าชั่วโมง และสวัสดิการเรื่องอาหาร ที่อยู่ และชุดยูนิฟอร์ม และค่าความสามารถตามประเภทของการนวด

สรุป การจัดการด้านการบริหารจัดการองค์กรในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันคัมมันมีรูปแบบการบริหารจัดการองค์ที่คล้ายคลึงกัน โดยในจังหวัดภูเก็ตมีทั้งรูปแบบการบริหารที่เป็นทั้งรีสอร์ทสปา เดย์สปาและเมดิคอลสปา จังหวัดพังงาส่วนใหญ่การบริหารจัดการแบบรีสอร์ทสปา ส่วนในจังหวัดกระบี่ส่วนใหญ่เป็นการบริหารแบบรีสอร์ทสปา มีเดย์สปาบ้างเล็กน้อย การบริหารแบบรีสอร์ทสปาและเดย์สปาอาจจะมีความแตกต่างกัน ทั้งในเชิงของโครงสร้างองค์กร การจัดการบุคลากร การคิดค่าตอบแทน แต่มีความเหมือนกันในมุมมองของการเน้นทางด้านบริการที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตามจังหวัดภูเก็ตยังคงมีความต้องการพนักงานสุขภาพบำบัดจำนวนมาก จึงเป็นปัญหาที่ตามมาคือการซื้อตัวหรือแย่งชิงพนักงาน ดังนั้นสวัสดิการที่มีให้ รวมทั้งการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานจึงเป็นเรื่องที่สถานประกอบการสปาต้องนำมาผูกใจพนักงานไว้

4.3.4 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

การจัดการด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เน้นที่สมุนไพรไทย โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub ในส่วนใบหน้า จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศที่มีการรับรองแล้ว เช่น บริษัทเลมอนกลาส หรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากต่างประเทศที่มีการรับรองความปลอดภัย และนิยมนำแต่ละบริการมาประยุกต์รวมเป็นแพคเกจในการให้บริการ โดยจัดรูปแบบการให้บริการเป็นการให้บริการที่ต่อเนื่องหรือเป็นชุด หรือมีการตั้งชื่อน้ำมันหอมระเหยที่มีความเป็นไทย เช่นกลิ่นใจดี กลิ่นขอบคุณ หรือชุดแพคเกจที่ชื่อ ความสงบ เป็นต้นบางแห่งสร้างรูปแบบบริการที่มีความหลากหลายแปลกใหม่ เช่น มีการนำ warm stone เข้ามาให้บริการ หรือนำความรู้เกี่ยวกับธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับผู้มีมารับบริการ และจัดเป็นทัวร์สุขภาพเพื่อให้ผู้มารับบริการเกิดความรู้สึกว่าการมารับบริการจะเกิดผลดีต่อสุขภาพ

การจัดการด้านรส มีการนำน้ำสมุนไพรมาเสิร์ฟให้ผู้มารับบริการโดยใช้ภูมิปัญญาไทยเรื่องธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้ คือในช่วงเช้าพบว่าธาตุน้ำในร่างกายจะพร่อง จึงมีการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรที่มีรสเปรี้ยวเพื่อปรับสมดุลในร่างกาย หรือในช่วงเย็นก็จะเสิร์ฟน้ำสมุนไพรที่ออกรสเผ็ด เช่นน้ำขิง เพื่อปรับสมดุลร่างกายที่เกิดจากการพร่องของธาตุลม เป็นต้น

การจัดการด้านกลิ่น ในสถานบริการสปาส่วนใหญ่จะใช้ burner ที่จุดโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยกลิ่นอ่อน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย แต่บางแห่งไม่ใช้ burner ให้เหตุผลว่าจะมีผลเสียต่อสุขภาพของพนักงานและผู้มารับบริการ จะหันมาใช้กลิ่นดอกไม้หอมไทยๆ เพื่อเสริมบรรยากาศให้สงบขึ้น

การจัดการด้านเสียง ได้มีการวางรูปแบบการใช้เพลงที่เป็นเพลงที่มีขายตามท้องตลาดในรูปแบบของ green music แต่บางแห่งจะนำวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาร่วมในการบอกความเป็นท้องถิ่นนั้นๆ เช่นเพลงของโกไข่ หรือบางแห่งจะนำแนวคิดของสถานบริการของตนเองไปให้นักประพันธ์เพลงเพื่อหาแนวเพลงที่สอดคล้องกับสถานบริการของตนเอง

การจัดการด้านสัมผัส เน้นให้พนักงานสุขภาพบำบัดมีทักษะการนวดที่มีคุณภาพและใส่ความรู้สึกที่ต้องการบริการลงในการให้บริการแต่ละครั้ง รูปแบบการนวดเน้นการนวดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และถูกต้องตามโครงสร้างร่างกาย

วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ เน้นความพร้อมของอุปกรณ์ และมีการตรวจสอบความปลอดภัยของเครื่องมืออย่างสม่ำเสมอ เน้นความสะอาดของวัสดุอุปกรณ์เป็นประเด็นหลัก เริ่มมีการนำน้ำมันมะพร้าวอ่อนมาใช้ในการนวด และกำลังให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการศึกษาค้นคว้าผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันจากต้นยางพาราหรือน้ำมันจากปาล์ม

แหล่งในการหาวัตถุดิบ เน้นบริษัทผู้ผลิตที่มีตรวจสอบคุณภาพ หรือมีการรับรองคุณภาพการได้จากหน่วยทดสอบของบริษัทผู้ผลิต เน้นวัตถุดิบที่มาจาก organic farm บางแห่งมีการใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ภายในประเทศ

ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ หรือวัตถุดิบต้องบ่งบอกความเป็นไทยกรณีสมุนไพรที่ใช้ในการทำ Scrub ถ้าเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับใบหน้าต้องเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองว่า ใช้กระบวนการผลิตโดยธรรมชาติ หรือมาจากออร์แกนิก ฟาร์ม (Organic Farm) หรือเป็นสินค้ามีการประกันคุณภาพ

แนวทางการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา การสั่งผลิตภัณฑ์ต้องสั่งมาทีละไม่มาก เพื่อจะได้ไม่ค้างสต็อกมากเกินไป และผลิตภัณฑ์ที่สั่งมาต้องสอดคล้องกับการให้บริการ หรือใช้วิธีการสั่งส่วนผสมมาแล้วนำมาผสมเองเพื่อเป็นรูปแบบของสถานบริการของตนเอง และมีการบันทึกข้อมูลการใช้ทั้งหมด ทั้งจำนวนที่ใช้เพื่อนำมาวิเคราะห์การบริหารจัดการต่อไป

ขั้นตอนในการบริการสปา

ก่อนทำทรีทเมนต์ เมื่อแขกเข้ามาในสถานบริการให้กล่าวต้อนรับและยกมือสวัสดีเชิญให้นั่งและสอบถามวัตถุประสงค์พร้อมกับเสนอเมนูบริการให้ดู และกรอกข้อมูลความต้องการของลูกค้าเพื่อส่งต่อไปยังพนักงานสุขภาพบำบัดเพื่อทำทรีทเมนต์ต่อไป

ระหว่างทำทรีทเมนต์ พนักงานสุขภาพบำบัดต้องคอยสอบถามแขกว่าการให้บริการนวดหนักหรือเบาเกินไป ผู้รับบริการต้องการให้เน้นหรือหลีกเลี่ยงจุดใดที่เป็นปัญหาหรือไม่ เมื่อให้บริการเรียบร้อยแล้วส่งผู้รับบริการมายังบริเวณด้านนอกเพื่อให้ลูกค้าได้พักร่างกาย

หลังทำทรีทเมนต์ ลูกค้าจะกลับมานั่งในบริเวณที่จัดไว้ให้เพื่อพนักงานจะได้เสิร์ฟน้ำเปล่าเพื่อปรับสภาพร่างกายและเช็ดบิด และกล่าวขอบคุณพร้อมยกมือไหว้และไปส่งลูกค้า

วัฒนธรรมไทย หรือภูมิปัญญาไทยได้นำมาใช้ในการบริการสปา เช่นวัฒนธรรมไทยเช่นการแต่งกาย การร้อยพวงมาลัย การแกะสลัก ผักผลไม้ มรรยาทในการต้อนรับเช่น การไหว้ หรือประเพณีไทยเข้ามาประยุกต์เช่น ประเพณีการลอยกระทง การจัดสถานที่โดยใช้ความเชื่อของไทย รูปแบบ

อาคารทรงไทย รูปแบบการนวดของไทย สมุนไพรไทย ผลไม้ไทย บางแห่งมีการนำอาหารไทยไปประยุกต์เป็น Health cuisine รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นไทยๆ เช่น แดงกวา มะกรูด น้ำผึ้ง เป็นต้น

วัฒนธรรมอันดามัน หรือ ภูมิปัญญาอันดามันมาใช้ในการบริการสปาที่มีการประยุกต์เอาศิลปะชิโนโปรตุกีสมาประยุกต์ในการตกแต่งสถานที่ การปูกระเบื้องที่เป็นรูปแบบเดิมของวัฒนธรรมทางใต้ รวมถึงการนำชุดแต่งกายพื้นเมืองของทางใต้คือ การใส่ผ้าปาเต๊ะ และเสื้อลูกไม้คอตั้งมาเป็นชุดของพนักงานต้อนรับในสถานบริการสปา ตลอดจนการเสิร์ฟขนมพื้นบ้านหลังจากการให้บริการทรีทเมนต์แล้ว รวมถึงการที่จะแต่งเพลงที่มีทำนองเพลงทางใต้มาประยุกต์เพื่อใช้เปิดในสปา และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบของอันดามัน อาทิเช่น น้ำมันมะพร้าวอ่อน สับปะรดมาทำเจลในการลอกผิว หรือใช้น้ำมันจากปาล์มมาทำเป็นผลิตภัณฑ์

จังหวัดภูเก็ต มีการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์คือ ใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub มีการจัดแพคเกจที่ดูตามคุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหย เช่น Relaxing and Balancing เป็นต้น การจัดการด้านรส มีการนำน้ำสมุนไพรมาเสิร์ฟให้ผู้มารับบริการโดยใช้ภูมิปัญญาไทยเรื่องธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้ การจัดการด้านกลิ่นนำสมุนไพรมาผสมน้ำแล้วนำมาแช่ผ้าเย็นเพื่อบริการให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในด้านการจัดการเรื่องเสียง สัมผัส เน้นความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ มีการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในสถานบริการสปาเช่น การแต่งตัวของพนักงานต้อนรับ การแต่งสถานที่ที่เป็นศิลปะของชิโนโปรตุกีส เป็นต้น

จังหวัดพังงา มีการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์คือ ใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub เช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ต แต่มีน้ำมันหอมระเหยที่บอกความเป็นไทย คือ ขอบคุณ โชคดี ใจเย็น ใจดี และการจัดแพคเกจที่บอกความเป็นไทย คือ แพคเกจความสงบ ชีวิตใหม่ แต่วัฒนธรรมอันดามันยังไม่พบในจังหวัดนี้

จังหวัดกระบี่ มีการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์คือ ใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub เช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ตและพังงา แต่เน้นเรื่องกลิ่นมักนิยมปลูกไม้ไทย ๆ เพื่อให้กลิ่น พร้อมกับจัดสถานที่เน้นความเป็นธรรมชาติความร่มรื่น ในส่วนของผลิตภัณฑ์กำลังอยู่ในขั้นตอนการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากวัตถุดิบในพื้นที่ เช่นน้ำมันจากยางพารา จากปาล์ม เป็นต้น

สรุป การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ใน 3 อันดามัน เน้นที่สมุนไพรไทย โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยเพื่อบอกอุปลักษณะของความเป็นไทย ตลอดจนยังมีการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องหน้า และได้มีความพยายามที่จะหาจุดยืนของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นอันดามันออกมา

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจสปาที่เหมาะสมทั้งในเชิงของพื้นที่ และสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งลักษณะของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ในการวิจัยมีคำถามหลักในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นอย่างไร
2. รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาซึ่งประกอบด้วย การวางแผนธุรกิจ การจัดโครงสร้างองค์กร แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากร รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นอย่างไร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา ส่วนที่ 3 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มย่อย

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้ตั้งประเด็นในการหาข้อมูลวิจัย 4 ประเด็นหลักเพื่อตอบคำถามการวิจัยข้างต้น คือ

- ประเด็นที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการสปา และสถานประกอบการสปา
- ประเด็นที่ 2 การจัดการด้านการตลาดของธุรกิจสปา
- ประเด็นที่ 3 การบริหารจัดการองค์กร
- ประเด็นที่ 4 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 3 ส่วน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกัน และได้ผลการวิจัยโดยมีขั้นตอนในการนำเสนอ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามัน ผลการศึกษามีดังนี้คือ

- สรุปผลการจัดการด้านการตลาดของธุรกิจสปา
- สรุปผลการบริหารจัดการองค์กร
- สรุปผลการจัดการด้านผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจสปา ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย จากเจ้าของธุรกิจสปาหรือผู้จัดการสปา ผลการศึกษาพบว่า

5.1.1 รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดธุรกิจสปาในเขต 3 จังหวัดอันดามัน

ผลการวิจัยในประเด็นการจัดการทางด้านการตลาดธุรกิจสปาที่ดำเนินการอยู่ พบว่าสถานประกอบการสปาเป็นแบบการให้บริการทั้งภายในอาคาร (Indoor Spa) และให้บริการในที่โล่งแจ้ง (Outdoor Spa) โดยเน้นความหลากหลายของบริการ การสร้างบรรยากาศในหลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า เน้นความกลมกลืนกับธรรมชาติโดยรอบของสถานที่ การจัดการด้านรสนั้นการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรโดยเน้นภูมิปัญญาไทยเข้ามาประยุกต์ ด้านกลิ่นส่วนใหญ่จัดการด้านกลิ่นโดยใช้ น้ำมันหอมระเหยที่ผลิตทั้งในและต่างประเทศ มีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่ใช้กลิ่นจากธรรมชาติ การจัดการเรื่องเสียงเน้นเสียงดนตรี หรือเสียงจากแหล่งธรรมชาติ เช่นเสียงคลื่น เสียงฝน เป็นต้น การจัดการด้านสัมผัสสถานประกอบการพยายามจะคิดรูปแบบการนวดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและนำศาสตร์การนวดไทยเข้ามาประยุกต์ร่วมด้วย แต่ส่วนใหญ่เน้นการนวดสัมผัสเพื่อการผ่อนคลายเป็นหลัก

ประเด็นการจัดการโครงสร้างองค์กรและการพัฒนาบุคลากร ทั้ง 3 จังหวัดในเขตอันดามัน พบว่า สถานประกอบการสปาขนาดเล็กจะไม่มีการจัดโครงสร้างที่ซับซ้อน มีแต่ เจ้าของธุรกิจ ผู้จัดการสปา และพนักงานสุขภาพบำบัดเท่านั้น แต่สถานประกอบการสปาที่เป็นรีสอร์ท สปา และเดย์สปาที่มีขนาดใหญ่จะมีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีเจ้าของ ผู้จัดการสปา ผู้ฝึกอบรม พนักงานสุขภาพบำบัด เจ้าหน้าที่การตลาด พนักงานต้อนรับ แม่บ้าน และพนักงานดูแลสวน แนวทางการพัฒนาบุคลากร สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จะเน้นการพัฒนาเรื่องบุคลิกภาพ และการบริการที่ประทับใจ ตลอดจนการพัฒนาทักษะทางด้านการนวด แลพัฒนาในเรื่องการสื่อสารกับลูกค้า

ประเด็นการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จะชูประเด็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติซึ่งผลิตจากบริษัทที่ผ่านการรับรองแล้ว ทั้งในและต่างประเทศ บางสถานบริการจะให้บริษัทผสมกลิ่นตามที่ต้องการได้ และการตั้งชื่อแพคเกจ นิยมนำบริการต่างๆ มาผสมผสานและตั้งชื่อที่บ่งบอกวัตถุประสงค์ เช่น ความสงบ Refreshing and Rejuvenating เป็นต้น การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่สั่ง เน้นสั่งครั้งละไม่มากและต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

สถานประกอบการสปาใน 3 จังหวัดอันดามันมีการนำวัฒนธรรมไทยหรือภูมิปัญญาไทยเข้ามาใช้ในการให้บริการ อาทิเช่น การไหว้ การแต่งกาย มรรยาทในการต้อนรับ รอยยิ้ม บรรยากาศแบบไทย กลิ่นดอกไม้ไทย สมุนไพรไทย ผักผลไม้ไทยที่นำประยุกต์เป็น Health cuisine เป็นต้น ในส่วนของวัฒนธรรมอันดามัน หรือภูมิปัญญาอันดามัน มีสถานประกอบการ สปาบางแห่งที่นำเอาศิลปะของชิโนไปตุ๊กตีส เข้ามาออกแบบตกแต่งสถานที่ วัฒนธรรมการแต่งกายที่สวมผ้าปาเต๊ะใส่เสื้อลูกไม้ หรือนำผ้า

พื้นเมืองมาตกแต่งสถานที่ ตลอดจนการตกแต่งสถานที่ด้วยพันธุ์ไม้ของพื้นที่นั้นๆ เช่นกล้วยไม้เหลือง กระบี่ การใช้ผลไม้อื่นๆในพื้นที่มาประยุกต์ทำเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอันดามันทรีทเมนท์ ซึ่งประกอบด้วย มะพร้าวสด ขมิ้นชัน งาดำป่น โยเกิร์ต และน้ำสับปะรดภูเก็ต

การจัดการด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิจัยที่ได้พบว่ารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาส่วนใหญ่พบว่าเป็นประเภทเดย์สปา และมี 1 แห่งที่มีรูปแบบเป็นเมดิคอลสปา โดยเน้นการบำบัดรักษาโรคเป็นหลัก งบประมาณในการลงทุนในธุรกิจสปาในจังหวัดนี้ค่อนข้างสูง อยู่ในวงเงินเกิน 10 ล้านบาทเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งบางแห่งวางเป้าว่ารายได้ที่เข้ามาในแต่ละเดือนต้องไม่ต่ำกว่า 1.5 ล้านบาท จำนวนเตียงขนาดไทย นวดน้ำมัน และนวดเท้าที่มีให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 18.0, 15.3 และ 6.3 เตียง ตามลำดับ ระดับการศึกษาของผู้ดูแลธุรกิจสปา ส่วนใหญ่จะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป

จุดแข็ง คือ รูปแบบการนวดที่แต่ละสถานบริการได้คิดค้นขึ้นมาเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และเน้นความเป็นไทย รูปแบบประเพณีไทยที่นำมาประยุกต์เข้ากับสถานที่ รวมทั้งการสร้างแพคเกจแบบต่อเนื่องในกลุ่มลูกค้าที่มาพักผ่อนในระยะเวลายาว ตลอดจนการบริการที่หลากหลายอาทิเช่น การนำบริการของ warm stone เข้ามาเพิ่มในบริการ การเดินทางไปที่สะดวกมีผลทำให้กลุ่มลูกค้าเช่นคนไทยนิยมมาใช้บริการ

จุดอ่อน คือ เน้นปริมาณมากเกินไป จึงมีผลกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับลูกค้า การบริหารจัดการในส่วนหน้าที่ทำหน้าที่ต้อนรับยังขาดความคล่องตัวในกรณีที่มีลูกค้าลงมาใช้บริการพร้อมกันจำนวนมากของสถานบริการประเภทเดย์สปา การแย่งตัวพนักงานสุขภาพบำบัด

จุดขาย ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องทักษะการให้บริการที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก และการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ราคา เป็นกลุ่มสถานประกอบการสปาในจังหวัดนี้จะมีราคาที่สูงกว่าที่ค่อนข้างสูง ราคาจะเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 800 - 5,800 บาท เพราะมีปัจจัยหลายตัวเข้ามาเป็นตัวกำหนดต้นทุน อาทิเช่น ค่าตอบแทนที่ต้องให้บริษัทนำเที่ยว สถานที่ตั้งของสปา การออกแบบสถานที่ รูปแบบการบริการที่ให้ กำลังซื้อของกลุ่มลูกค้า ราคาห้องพักของโรงแรม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ เป็นต้น

การจัดการด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงา

การจัดการด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาในจังหวัดนี้พบว่าเป็นประเภทรีสอร์ทสปาเป็นส่วนใหญ่ งบประมาณในการลงทุนค่อนข้างสูง อยู่ในวงเงินเกิน 10 ล้านบาทขึ้นไปเช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ต จำนวนเตียงขนาดไทย นวดน้ำมัน และนวดเท้าที่มีให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.3, 8.3 และ 3.8 เตียง ตามลำดับ ระดับการศึกษาของผู้ดูแลธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เช่นเดียวกับของจังหวัดภูเก็ต

จุดแข็ง คือ ทักษะการนวดที่ผ่อนคลาย และความสามารถของพนักงานสุขภาพบำบัดที่มีความรู้ในเรื่องการนวดและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ตลอดจนธรรมชาติที่สถานบริการตั้งอยู่ มีความเป็นส่วนตัว และได้ผ่อนคลายอย่างแท้จริง

จุดอ่อน การคมนาคมไม่สะดวกในการเดินทาง ต้องทำการติดต่อผ่านกับบริษัททัวร์จึงจะมีแขกเข้ามาใช้บริการ ช่วงที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวน้อย (low season) ยังเป็นปัญหา

จุดขาย จังหวัดพังงา ธรรมชาติถือเป็นจุดขายที่ดีของสถานประกอบการสปา รวมทั้งการที่พนักงานสุขภาพบำบัดมีความรู้และทักษะการให้บริการที่ชำนาญ รูปแบบของแพคเกจที่มีความหลากหลายและบอกความเป็นไทย รวมถึงการเน้นการบริการเป็นหลัก ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกเหมือนมาอยู่บ้านที่สอง และเน้นความสงบโดยอาศัยความเป็นธรรมชาติเป็นองค์ประกอบหลัก

ราคา ราคาค่อนข้างสูงกว่าที่ภูเก็ทเพราะส่วนใหญ่เป็นรีสอร์ทสปา เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นชนชั้นยุโรป และแถบสแกนดิเนเวียโดยเฉพาะ ราคาจะอยู่ในค่าเฉลี่ยที่ 1,000 - 7,000 บาท ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคา คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ และบริการที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญ โดยถือหลักว่าเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของลูกค้า ลูกค้ามีกำลังซื้อไม่น้อยเท่าไร

การจัดการด้านการตลาดของสถานประกอบการสปาในจังหวัดกระบี่

การจัดการตลาดของสถานประกอบการสปาของจังหวัดนี้มีพบว่า สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเดย์สปาและรีสอร์ทสปา ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน โดยใช้ทุนเริ่มต้นในการก่อสร้างตั้งแต่ 1 - 10 ล้านบาทขึ้นไป จำนวนเตียงนวดไทย นวดน้ำมัน และนวดเท้าที่มีให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1, 4.8 และ 2.6 เตียง ตามลำดับ ผู้ดูแลธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ตและพังงา

จุดแข็ง ลักษณะของสถานที่ที่มีธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ การบริการที่เน้นความเป็นไทย เน้นการนำภูมิปัญญาไทยเข้ามาผนวกในสถานประกอบการเช่น การนวดไทยแบบราชสำนัก การบริการที่อ่อนน้อม

จุดอ่อน ในจังหวัดกระบี่มีจุดอ่อนเรื่องการลาออกของพนักงานค่อนข้างสูง เพราะมีการเข้ามาไปหางานในจังหวัดใกล้เคียง จึงเกิดปัญหาการแย่งตัวพนักงานสุขภาพบำบัด

จุดขาย การต้อนรับที่เน้นความเป็นไทย สถานที่เน้นความเป็นส่วนตัวและมีบรรยากาศการผ่อนคลายที่แท้จริง สไตล์เน้นความเป็นไทยภาคใต้และเน้นความเป็น outdoor ได้สัมผัสผืนความเป็นป่าและชายหาดไปพร้อมๆกัน

ราคา จะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องคือประเภทแพคเกจที่กำหนดไว้ในเมนู มีความหลากหลาย ราคาจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 700- 5,500 บาท

5.1.2 การจัดการองค์กรในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

จำนวนบุคลากรส่วนใหญ่จะขึ้นกับประเภทของสถานบริการสปา เช่น ถ้าเป็นเดย์สปาจำนวนบุคลากรจะมีจำนวนมาก เพื่อรองรับลูกค้าที่เข้ามาครั้งละจำนวนมาก ค่าเฉลี่ยของบุคลากรในเดย์สปาเท่ากับ 60 – 70 คน ในขณะที่ รีสอร์ทสปาจะมีจำนวนบุคลากรเฉลี่ยอยู่ที่ 10 - 15 คน ซึ่งบุคลากรใน รีสอร์ทสปาจะประกอบด้วยฝ่ายต้อนรับ พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapists) ผู้ฝึกอบรม และผู้จัดการสปา แต่ถ้าเป็นเดย์สปาจะไม่มีโครงสร้างที่เป็นลำดับขั้นเช่นเดียวกันกับรีสอร์ทสปา แต่ในบุคลากร 1 คน อาจปฏิบัติงานในหลายหน้าที่ เป็นการประหยัดงบในการบริหาร

วิธีการสรรหาพนักงานนักสุขภาพบำบัด ขึ้นอยู่กับว่าจะเป็นเดย์สปาหรือรีสอร์ทสปา ถ้าเป็นเดย์สปาจะทำการสรรหาพนักงานจากการประกาศ หรือการรับสมัครผ่านสำนักงานจัดหางาน มีบางแห่งที่ไปเฟ้นหาบุคลากรในต่างจังหวัดเพื่อนำมาฝึกหัดเอง โดยคุณสมบัติของบุคลากรไม่เน้นว่าจะมีความรู้เรื่องนวดมาก่อนหรือไม่ แต่เน้นที่การมีจิตในการให้บริการที่ดี มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ ในกรณีของรีสอร์ทสปาจะสรรหาพนักงานโดยผ่านแผนกบุคลากรก่อนแล้วจึงมาถึงผู้จัดการสปาให้คัดสรรอีกที ในส่วนของคุณสมบัติของพนักงานขึ้นกับตำแหน่งที่จะทำในแต่ละแผนก เช่น พนักงานต้อนรับจะเน้นเรื่องบุคลิกภาพ และการมีจิตใ้บริการ มีความรู้เรื่องภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ เน้นในเรื่องทักษะด้านการใช้คอมพิวเตอร์ด้วย อาจจะมีความรู้ด้านการบริการสปาขั้นพื้นฐานและมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา ในส่วนของผู้จัดการสปา ต้องมีความรู้ และหรือ มีประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการสปามาก่อน และทักษะทางด้านการบริหาร มีความสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดีหรือพูดภาษาอื่นๆ เพิ่มเติมได้

แนวทางในการฝึกพนักงานก่อนเข้าทำงานส่วนใหญ่จะอาศัยให้พนักงานสุขภาพบำบัดเรียนรู้จากหัวหน้างาน มีบางแห่งที่เชิญให้ผู้ฝึกงานให้ความรู้แก่พนักงานเช่น เรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสารหรือเรื่องทักษะการใช้อุปกรณ์ในสถานบริการสปา หรือความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ ตลอดจนอันตรายที่เป็นผลข้างเคียงที่เกิดกับผู้มารับบริการ เพื่อเป็นการยกระดับความรู้ของพนักงานมีเพียงบางแห่งเล็กน้อยที่จัดตั้งเป็นสถาบันการสอนโดยตรง ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการฝึกพนักงานใหม่ เท่ากับ 1.8 – 2 เดือน โดยแต่ละแห่งจะจัดให้มีการทดสอบฝีมือหลังจากผ่านการอบรมแล้ว โดยจะทดสอบโดยการนวดให้กับผู้จัดการโดยตรง และจะมีการประเมินฝีมือเป็นระยะ ๆ โดยความสามารถของพนักงานจะนำมาประกอบในการพิจารณารายได้ของพนักงานด้วย เงินเดือนเริ่มต้นของพนักงาน จะอยู่ที่ 4,000 - 5,000 บาทต่อเดือน และมีสวัสดิการ ที่พัก อาหาร และชุดยูนิฟอร์ม และในบางแห่งมีค่าความสามารถหรือค่าชั่วโมงตามความสามารถหรือให้ตามประเภททักษะการนวดในแต่ละแบบบวกเพิ่มเข้าไปด้วย แต่ในกรณีที่เป็นรีสอร์ทสปาจะมีค่าเซอร์วิสชาร์จรวมเข้าไปด้วย อาจจะมีทิปรายคนหรือนำมารวมกันขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละแห่ง ซึ่งแนวทางการเพิ่มเงินเดือนของ

พนักงานบริการสปาโดยรวมแล้ว ขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานเอง และระยะเวลาที่อยู่กับสถานบริการมานาน

การจัดการองค์กรในสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต

การบริหารจัดการองค์กร ในส่วนของรีสอร์ทสปา และเดย์สปาที่มีขนาดใหญ่จะมีโครงสร้างแบ่งเป็นแผนกต่างๆ โดยดูจากภาระหน้าที่รับผิดชอบ เช่น เจ้าของสปาผู้จัดการสปา ผู้ฝึกอบรมพนักงานสุขภาพบำบัด เจ้าหน้าที่การตลาด พนักงานต้อนรับ และแม่บ้าน เป็นต้น แต่ในส่วนของเดย์สปาขนาดเล็กจะมีโครงสร้างที่ไม่ครบทุกแผนก เพราะในหนึ่งคนสามารถทำได้หลายหน้าที่ ในส่วนการสรรหาบุคลากรส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางประกาศผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายประกาศ รวมทั้งการสรรหาจากสำนักงานจัดหางาน โดยเมื่อได้พนักงานมาแล้วส่วนใหญ่หัวหน้างานหรือผู้ฝึกสอนจะทำหน้าที่ฝึกสอนให้เอง โดยใช้เวลาในการฝึกในระยะเวลา 1.5 - 2 เดือน จำนวนบุคลากรของสถานบริการสปาในจังหวัดนี้จะมีจำนวนคนเฉลี่ยประมาณ 40-45 คน สวัสดิการที่ได้รับของพนักงานก็มีเงินเดือน ทิปรวมหรือทิปรายคน ค่าชั่วโมง และสวัสดิการเรื่องอาหาร ที่อยู่ และชุดยูนิฟอร์ม

แนวทางการพัฒนาบุคลากรจะเน้นเรื่องการพัฒนาบุคลิกภาพ การให้บริการที่มีคุณภาพ ตลอดจนการอบรมเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้มารับบริการโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มารับบริการเป็นหลัก เช่น ภาษาเกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น

การจัดการองค์กรในสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงา

การบริหารจัดการองค์กรในจังหวัดนี้ มีโครงสร้างแบ่งเป็นแผนกต่างๆ โดยดูจากภาระหน้าที่รับผิดชอบ เช่นผู้จัดการสปา ผู้ฝึกอบรม พนักงานสุขภาพบำบัด เจ้าหน้าที่การตลาด พนักงานต้อนรับ และแม่บ้าน เป็นต้น การสรรหาโดยการบอกต่อจากเพื่อนต่อเพื่อนและบางแห่งหาจากสำนักงานจัดหางาน จำนวนบุคลากรของจังหวัดนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 12 - 15 คน การฝึกหัดพนักงานใหม่ใช้วิธีการฝึกจากหัวหน้างานสอนให้พนักงานโดยตรง ใช้ระยะเวลาในการฝึกอยู่ที่ค่าเฉลี่ยประมาณ 2 เดือน สวัสดิการที่ได้รับของพนักงานมีเงินเดือน มีเซอร์วิสชาร์จ์ ทิปรวมหรือทิปรายคน ค่าชั่วโมง และสวัสดิการเรื่องอาหาร ที่อยู่ และชุดยูนิฟอร์ม และค่าน้ำมันรถ

แนวการพัฒนาความรู้ของบุคลากรจะเน้นเรื่องแนวทางการให้บริการเป็นหลัก และทักษะการให้บริการนวดและพัฒนาทักษะการสื่อสาร

การจัดการองค์กรในสถานประกอบการสปาในจังหวัดกระบี่

การบริหารจัดการองค์กร โครงสร้างของบุคลากรของสถานประกอบการสปาในส่วนของเดย์สปาจะคล้ายๆกับของภูเก็ตคือ ไม่มีการแบ่งเป็นแผนกอย่างชัดเจน แต่ถ้าเป็นรีสอร์ทสปาจะมีโครงสร้างตามแนวระดับคล้ายๆกับของจังหวัดภูเก็ตและพังงาเช่นกัน จำนวนบุคลากรของจังหวัดนี้จะมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7-10 คน โดยมีการสรรหาโดยผ่านทางสำนักงานจัดหางาน และการพนักงานใหม่ได้รับการฝึกสอนโดยตรงหัวหน้างาน และฝึกทักษะตามหน่วยงานราชการที่จัด ระยะเวลาในการฝึกอยู่ที่ค่าเฉลี่ยประมาณ 1 - 1.5 เดือน สวัสดิการที่ได้รับของพนักงานมีเงินเดือน มีเซอร์วิสซาร์จในกรณีของรีสอร์ทสปา ทิปรวมหรือทิปรายคน ค่าชั่วโมง และสวัสดิการเรื่องอาหาร ที่อยู่ และชุดยูนิฟอร์ม และความสามารถตามประเภทของการนวด แนวทางการพัฒนาบุคลากรจะเน้นเรื่องการให้บริการและทักษะการนวดประเภทต่างๆ

5.1.3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ในสถานบริการสปาใน 3 จังหวัดอันดามัน

การจัดการด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เน้นที่สมุนไพรไทย โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub แต่ในส่วนใบหน้าจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศที่มีการรับรองแล้วและผลิตภัณฑ์ที่มาจากต่างประเทศที่มีการรับรองความปลอดภัย โดยนิยมนำแต่ละบริการมาประยุกต์รวมเป็นแพคเกจในการให้บริการ โดยจัดรูปแบบการให้บริการเป็นการให้บริการที่ต่อเนื่องหรือเป็นชุด หรือมีการตั้งชื่อน้ำมันหอมระเหยที่มีความเป็นไทย เช่น กลิ่นใจดี กลิ่นขอบคุณ หรือ ชุดแพคเกจ เช่น ความสงบ รูปแบบการให้บริการที่มีความหลากหลายแปลกใหม่ เช่น มีการนำ warm stone เข้ามาให้บริการ หรือนำความรู้เกี่ยวกับธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับผู้มารับบริการ และจัดเป็นทัวร์สุขภาพเพื่อให้ผู้มารับบริการเกิดความรู้สึกว่าการมารับบริการจะเกิดผลดีต่อสุขภาพ

การจัดการด้านรส มีการนำน้ำสมุนไพรมาเสิร์ฟให้ผู้มารับบริการโดยใช้ภูมิปัญญาไทยเรื่องธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้ การจัดการด้านกลิ่น .ในสถานบริการสปาส่วนใหญ่จะใช้ burner ที่จุดโดยใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยกลิ่นอ่อน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย แต่บางแห่งไม่ใช้ burner โดยให้เหตุผลว่าจะมีผลเสียต่อสุขภาพของพนักงานและผู้มารับบริการ แต่จะหันมาใช้กลิ่นดอกไม้หอมไทยๆ เพื่อเสริมบรรยากาศให้สงบขึ้น

การจัดการด้านเสียง ได้มีการวางรูปแบบการใช้เพลงที่เป็นเพลงที่มีชายตามท้องตลาดในรูปแบบของ Green music แต่บางแห่งมีแนวโน้มที่จะนำวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาร่วมในการบอกความเป็นท้องถิ่นนั้นๆ หรือบางแห่งนำแนวคิดของสถานบริการของตนเองไปให้นักประพันธ์เพลงเพื่อหาแนวเพลงที่สอดคล้องกับสถานบริการของตนเอง

การจัดการด้านสัมผัส เน้นให้พนักงานสุขภาพบำบัดมีทักษะการนวดที่มีคุณภาพและได้ความรู้สึกที่ต้องการบริการลงในการให้บริการแต่ละครั้ง รูปแบบการนวดเน้นให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และถูกต้องตามโครงสร้างร่างกาย วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ เน้นความพร้อมของอุปกรณ์ และมีการตรวจสอบความปลอดภัยของเครื่องมืออย่างสม่ำเสมอ เน้นความสะอาดของวัสดุอุปกรณ์เป็นประเด็นหลัก เริ่มมีการนำน้ำมันมะพร้าวอ่อนมาใช้ในการนวด และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมันจากต้นยางพาราหรือน้ำมันจากปาล์ม และหารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผลไม้ในพื้นที่ เช่น สับปะรดภูเก็ต มะพร้าวเป็นต้น แหล่งในการหา

วัตถุดิบ เน้นบริษัทผู้ผลิตที่มีตรวจสอบคุณภาพ หรือมีการรับรองคุณภาพการใช้จากหน่วยทดสอบของ บริษัทผู้ผลิต เน้นวัตถุดิบที่มาจาก Organic farm บางแห่งมีการใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP ภายในประเทศ และแนวทางการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา การสั่งผลิตภัณฑ์ต้องสั่งมาทีละไม่มาก เพื่อจะได้ไม่ค้างสต็อกมากเกินไป และผลิตภัณฑ์ที่สั่งมาต้องสอดคล้องกับการให้บริการ หรือใช้วิธีการส่ง ส่วนผสมมาแล้วนำมาผสมเองเพื่อเป็นรูปแบบของสถานบริการของตนเอง และมีการบันทึกข้อมูลการใช้ทั้งกลิ่น ทั้งจำนวนที่ใช้เพื่อนำมาวิเคราะห์การบริหารจัดการต่อไป

ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ หรือวัตถุดิบ ต้องบ่งบอกความเป็นไทยกรณีสมุนไพรที่ใช้ในการทำ Scrub ถ้าเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับใบหน้าต้องเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองว่า ใช้กระบวนการผลิตโดยธรรมชาติ หรือมาจากออร์แกนิก ฟาร์ม (Organic Farm) หรือเป็นสินค้ามีการประกันคุณภาพ

ขั้นตอนในการบริการสปา จะมีขั้นตอนโดยรวม 3 ขั้นตอนคือ

ก่อนทำทรีทเมนต์ เมื่อแขกเข้ามาในสถานบริการให้กล่าวต้อนรับและยกมือสวัสดีเชิญให้นั่ง และสอบถามวัตถุประสงค์พร้อมกับเสนอเมนูบริการให้ดู และกรอกข้อมูลความต้องการของลูกค้าเพื่อส่งต่อไปยังพนักงานสุขภาพบำบัดเพื่อทำทรีทเมนต์ต่อไป

ระหว่างทำทรีทเมนต์ .พนักงานสุขภาพบำบัดต้องคอยสอบถามแขกว่าการให้บริการนวดหนักหรือเบาเกินไป ผู้รับบริการต้องการให้เน้นหรือหลีกเลี่ยงจุดใดที่เป็นปัญหาหรือไม่ เมื่อให้บริการเรียบร้อยแล้วส่งผู้รับบริการมายังบริเวณด้านนอกเพื่อให้ลูกค้าได้พักร่างกาย

หลังทำทรีทเมนต์ ลูกค้าจะกลับมานั่งในบริเวณที่จัดไว้ให้เพื่อพนักงานจะได้เสิร์ฟน้ำเปล่าเพื่อปรับสภาพร่างกายและเช็ดคบิด และกล่าวขอบคุณพร้อมยกมือไหว้และไปส่งลูกค้า

วัฒนธรรมไทย หรือภูมิปัญญาไทยได้นำมาใช้ในการบริการสปา เช่นวัฒนธรรมในเรื่องการแต่งกาย มารยาทในการต้อนรับ หรือประเพณีไทยเข้ามาประยุกต์ เช่น ประเพณีการลอยกระทง เทศกาลผลไม้ การออกแบบอาคารและสถานที่โดยใช้ความเชื่อของไทย รูปแบบอาคารทรงไทย รูปแบบบริการการนวดของไทย บางแห่งมีการนำอาหารไทยไปประยุกต์เป็น Health cuisine เป็นต้น และในส่วนของวัฒนธรรมอันดามัน หรือภูมิปัญญาอันดามันนั้น สถานบริการได้มีการประยุกต์เอา ศิลปะชิโนโปตุกีสมาประยุกต์ในการตกแต่งสถานที่ การปูกระเบื้องที่เป็นรูปแบบเดิมของวัฒนธรรมทางใต้ รวมถึงการนำชุดแต่งกายพื้นเมืองของทางใต้คือ การใส่ผ้าปาเต๊ะ และเสื่อลูกไม้คอตังมาเป็นชุดของพนักงานต้อนรับในสถานบริการสปา ตลอดจนการเสิร์ฟขนมที่เป็นขนมพื้นบ้านหลังจากการให้บริการทรีทเมนต์แล้ว รวมถึงการที่จะแต่งเพลงที่มีทำนองเพลงทางใต้มาประยุกต์เพื่อใช้เปิดในสปา และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบของอันดามัน อาทิเช่น น้ำมันมะพร้าวอ่อน เนื้อสับปะรดมาทำเจลในการลอกผิว หรือใช้น้ำมันจากปาล์มมาทำเป็นผลิตภัณฑ์

การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ในสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ได้ใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub มีการจัดแพ็คเกจที่ดูตามคุณสมบัติของน้ำมันหอมระเหย เช่น Relaxing and Balancing เป็นต้น การจัดการด้านรส มีการนำน้ำมันสมุนไพรมาเสิร์ฟให้ผู้มารับบริการโดยใช้ภูมิปัญญาไทยเรื่องธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้ การจัดการด้านกลิ่นนำสมุนไพรมาผสมน้ำแล้วนำมาแช่ผ้าเย็นเพื่อบริการให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ในด้านการจัดการเรื่องเสียง สัมผัส เน้นความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ มีการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในสถานบริการสปาเช่น การแต่งตัวของพนักงานต้อนรับ การแต่งสถานที่ที่เป็นศิลปะของซิโนโปตุกิส เป็นต้น

การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ในสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงา

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์จังหวัดพังงาได้ ใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub เช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ต แต่มีน้ำมันหอมระเหยที่บอกความเป็นไทย คือ กลิ่นขอบคุณ กลิ่นไซคอดี กลิ่นใจเย็น และกลิ่นใจดี และการจัดแพ็คเกจที่บอกความเป็นไทยคือ แพ็คเกจความสงบ แพ็คเกจชีวิตใหม่ เป็นต้น แต่วัฒนธรรมอันดามันยังไม่พบในจังหวัดนี้

การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ในสถานประกอบการสปาในจังหวัดกระบี่

การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์คือ ใช้วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรไทยในการทำ body scrub เช่นเดียวกับจังหวัดภูเก็ตและพังงา แต่เน้นเรื่องกลิ่นที่ได้จากธรรมชาติ เช่นกลิ่นไม้ไทย นิยมปลูกไม้ไทย ๆ เพื่อให้กลิ่น พร้อมกับจัดสถานที่เน้นความเป็นธรรมชาติความร่มรื่น ในส่วนของผลิตภัณฑ์ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็น OTOP บางส่วน และผลิตภัณฑ์จากโรงงานที่รับรองคุณภาพ และมีการให้งบประมาณเพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากวัตถุดิบในพื้นที่ เช่นน้ำมันจากยางพารา จากปาล์ม เป็นต้น มาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ของจังหวัดต่อไป

5.2 อภิปรายผล ประกอบด้วยประเด็นต่อไปนี้

- 1) ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ และสถานบริการสปาในเขตอันดามัน
- 2) การวางแผนธุรกิจสปา
- 3) ภาพรวมด้านการตลาดธุรกิจสปา
- 4) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 5) การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Supply Chain)
- 6) ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา
 - บริการสปา (Product)
 - การกำหนดอัตราค่าบริการ (Price)
 - สถานที่ (Place)

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 7) การบริหารจัดการธุรกิจสปา
 - การจัดการองค์กร
 - การจัดโครงสร้างองค์กรในธุรกิจสปา
 - การกำหนดภาระงานในธุรกิจสปา
 - การจัดการทรัพยากรบุคคล
 - การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร
 - การคิดค่าตอบแทน เงินเดือนสำหรับบุคลากร
 - การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา
- 8) การจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา
 - การจัดการด้านรูป (สถานที่ และบรรยากาศในสถานประกอบการสปา)
 - การจัดการด้านรส (การโภชนาบำบัด หรืออาหารเพื่อสุขภาพ)
 - การจัดการด้านกลิ่น (การจัดการด้านสுகนธบำบัด)
 - การจัดการด้านเสียง (การใช้เสียงดนตรี และเสียงธรรมชาติเพื่อสร้างบรรยากาศใน สถานประกอบการสปา)
 - การจัดการด้านสัมผัส (การนวด และบริการต่าง ๆ ในสปา)
 - การจัดการด้านให้บริการ

จากการศึกษาและวิเคราะห์การบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ สามารถนำข้อมูลมาอภิปรายผลดังนี้

5.2.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการ และสถานบริการสปาในเขตอันดามัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการสปาในเขตอันดามัน ส่วนใหญ่ผู้ที่ดูแลหรือเป็นผู้จัดการ มักเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และก็เป็นธุรกิจที่เพศชายสนใจลงทุน และมีความรู้ความสนใจกับธุรกิจทางด้านนี้มากขึ้น ลักษณะการลงทุนธุรกิจสปาของผู้ประกอบการมีดังนี้ คือ

1. การลงทุนในธุรกิจสปาที่เป็นลักษณะเดย์สปา (Day Spa) ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่ไม่มีที่พักราคาแพง ส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาแบบเดย์สปามักลงทุนในเขตจังหวัดภูเก็ตมาก และเป็นเดย์สปาที่มีความหลากหลาย รับลูกค้าหลายประเภท และหลายระดับ เดย์สปาในจังหวัด รับลูกค้าหลายประเภท และหลายระดับ เดย์สปาในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่แบ่งได้เป็น เดย์สปาขนาดเล็กที่มีขนาดเตียงให้บริการไม่ถึง 10 เตียง และเดย์สปาขนาดใหญ่ที่มีขนาดเตียงที่ให้บริการสปามากถึง 157 เตียง

การทำธุรกิจสปาที่เป็นเดย์สปา ส่วนใหญ่ผู้ลงทุนมักเรียนรู้จากการที่ไปใช้บริการสปาที่มีชื่อเสียง และเรียนรู้เพิ่มเติมจากการอบรมระยะสั้น เช่น การอบรมของกระทรวงสาธารณสุข หรือ การอบรมของชีวจิต เป็นต้น จากนำประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการลงทุนธุรกิจสปา

เดย์สปาขนาดเล็กมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่เป็นกลุ่มขนาดเล็กไม่ถึง 10 คน หรือ เป็นลูกค้าที่เดินเข้ามาเอง หรือเป็นลูกค้าที่เป็นประชาชนในพื้นที่ รวมถึงลูกค้าที่เป็นสมาชิก ขนาดการลงทุนบางแห่งไม่ถึง 10 ล้านบาท บางแห่งอาจจะเกิน 10 ล้านบาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น การลงทุนด้านสถานที่ การตกแต่งสถานที่ การลงทุนด้านวัสดุอุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ การจ้างพนักงานสุขภาพบำบัด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

เดย์สปาขนาดใหญ่ เป็นเดย์สปาที่มุ่งเน้นรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มขนาดใหญ่ หรือกรุ๊ปทัวร์ ส่วนใหญ่มักจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ และญี่ปุ่นบ้างเล็กน้อย เดย์สปาขนาดใหญ่เป็นการลงทุนที่สูงมาก เช่น เฉลิมเอม สปา ซึ่งเป็นเดย์สปาในจังหวัดภูเก็ต เคยรับแขกพร้อมกันสูงสุดที่ 97 คน เพราะฉะนั้น เดย์สปาขนาดใหญ่จะต้องจ้างนักสุขภาพบำบัดไว้เป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เข้าต่อครั้งในจำนวนมาก การลงทุนในเดย์สปาขนาดใหญ่เป็นการลงทุนที่สูงมาก บางแห่งลงทุนสูงถึง 300 ล้านบาท และจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งจะเป็นหนทางที่ดีในการนำลูกค้าเข้ามาใช้บริการสปา

ปัจจุบันเดย์สปาในจังหวัดภูเก็ต พยายามหาจุดเด่นในการให้บริการเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาสงครามราคาที่เกิดขึ้น และพยายามสร้างบุคลากรต้นแบบในการให้บริการ หรือ ทำให้ความรู้ด้านการบริการสปาให้อยู่ในระบบมากขึ้นเพื่อเลี่ยงปัญหาการแย่งตัวนักสุขภาพบำบัดที่มักเกิดขึ้นในธุรกิจเดย์สปา รวมทั้งผู้จัดการสปาในเดย์สปาส่วนใหญ่จะต้องมีความรู้ทั้ง 2 ด้าน คือ 1) ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และ 2) ด้านการบริการสปาที่เป็นความรู้เฉพาะด้าน เช่น การนวดประเภทต่างๆ ความรู้ทางด้านน้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

2. การลงทุนธุรกิจสปาที่เป็นรีสอร์ทสปา (Resort Spa) ซึ่งเป็นสถานประกอบการ สปาที่มีที่พัก ค้างคืน โดยนักลงทุนส่วนใหญ่มองว่า การให้บริการสปาในที่พักนั้น เป็นการยกระดับคุณภาพของโรงแรมมากขึ้น การทำธุรกิจสปาในโรงแรมมี 2 ประเภท ดังนี้

1) โรงแรมหรือรีสอร์ทเป็นผู้ลงทุนทำสปาเอง และตั้งชื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของโรงแรม เช่น เลอสปา (Le Spa) ในโรงแรมเลอเมอร์ริเดียน เขาหลักรีสอร์ทแอนด์สปา แพลมประการัง ในจังหวัดพังงา เป็นการตั้งชื่อให้คล้องกับชื่อโรงแรม หรือ พาร์ทเวย์ สปา (Path Way Spa) ในโรงแรมเดอะสโรจิน จังหวัดพังงา เป็นการตั้งชื่อสปาตามลักษณะการออกแบบที่เป็นทางเดินไม้ ที่มีพรรณไม้ น้ำ และพรรณไม้ท้องถิ่นให้ลูกค้าได้เดินชม ก่อนนำลูกค้าเข้าสู่การรับบริการสปา เป็นต้น

การลงทุนด้านสถานที่ของรีสอร์ทสปาขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรม แต่ส่วนใหญ่การลงทุนมากกว่า 10 ล้านบาท ทั้งนี้การออกแบบสถานที่โรงแรมมักจะเป็นผู้ออกแบบเอง และจ้างผู้จัดการสปามาดูแลแผนกสปาในส่วนนี้

ผู้จัดการสปาของรีสอร์ทสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ มักเริ่มต้นการทำงานจากนักสุขภาพบำบัดในรีสอร์ทสปาชื่อดัง เช่น บันยันทีรี สปา ของโรงแรมบันยันทีรี และไปเรียนรู้ประสบการณ์การทำงานด้านการบริการสปาจากต่างประเทศในระยะเวลาหนึ่ง หรือบางคนไปเรียนอบรมด้านการบริการสปาโดยเฉพาะในต่างประเทศ และกลับมาเป็นผู้จัดการสปาให้กับโรงแรมหรือรีสอร์ท

รีสอร์ทสปามุ่งเน้นให้บริการกับลูกค้าที่พักในโรงแรมนั่นเอง หรืออาจจะเป็นลูกค้าจากโรงแรมข้างเคียงที่ไม่มีสปา เน้นการบริการที่เป็นคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ ราคาของการบริการ และแพคเกจจึงมีราคาสูง ถือได้ว่าเป็นสปาขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ลูกค้าที่เข้าใช้บริการจึงเป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

รีสอร์ทสปาเองพยายามหาจุดเด่นในตัวบริการสปาเช่นเดียวกับเดย์สปา เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้า หรือไม่ก็เป็นการยกระดับการบริการให้มีเอกลักษณ์ของตัวเองไม่ซ้ำแบบใครมากนัก

- 2) **โรงแรม หรือรีสอร์ทแบ่งพื้นที่ หรือสถานที่ให้บริษัทเช่าทำบริการสปา** เป็นการร่วมมือกันของภาคเอกชน เช่น บริษัทเอเซียเน็ท วิว จำกัด จัดทำ ทิวสนสปา ในโรงแรมกะตะธานี จัดทำ เรือนรมย์สปา ในโรงแรมภูเก็ต รอยัลซิตี หรือ ไกลาสปา เช่าพื้นที่ของโรงแรมสมเกียรติบุรี อ่าวพระนาง จังหวัดกระบี่ เป็นต้น โดยรีสอร์ทสปาประเภทนี้ยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะของโรงแรม แต่ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่พักในโรงแรมนั่นเอง หรืออาจจะเป็นลูกค้าจากโรงแรมข้างเคียงที่ไม่มีสปา ซึ่งเป็นลงทุนธุรกิจประเภทนี้เป็นการตกลงร่วมกันระหว่างโรงแรมกับบริษัทที่จัดทำธุรกิจสปา
3. **การลงทุนธุรกิจสปาโดยร่วมมือกับโรงพยาบาลโดยทำเป็นเมดิคอลสปา (Medical Spa)** การลงทุนทำธุรกิจสปาประเภทนี้เพิ่งจะเกิดขึ้นในจังหวัดภูเก็ต โดยเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน คือ บ้านธรรมชาติซึ่งเป็นเดย์สปาร่วมมือกับโรงพยาบาลป่าตอง โดยมีวิสัยทัศน์ที่สำคัญว่า โรงพยาบาลป่าตองตั้งอยู่ในเขตเทศบาลป่าตอง ซึ่งมีหาดป่าตองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ประกอบกับมองเห็นว่าตลาดสวีเดนในกลุ่มคนที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามัน และให้ความสนใจทางด้านสุขภาพ โรงพยาบาลจึงน่าจะมีทัวร์สุขภาพสำหรับคนกลุ่มนี้ อีกทั้งยังเป็นการแพทย์ทางเลือกให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ของทางโรงพยาบาลได้อีกด้วย

ในส่วนของภาคเอกชนนั้นมองว่า การเป็นพันธมิตรกับโรงพยาบาลเป็นหนทางที่ดีในการยกระดับการบริการสปาให้มีความน่าเชื่อถือ และนำไปสู่การให้บริการสปาเพื่อการรักษาได้ อีกทั้งเป็นการนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ไม่เหมือนกับสปาอื่น ๆ ที่เปิดให้บริการในจำนวนมาก จะได้หลีกเลี่ยงปัญหาด้านการตัดราคาได้

อย่างไรก็ตามการทำเมดิคอลสปานั้น ยังถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงาน ยังคงมีปัญหาที่สำคัญ คือเงื่อนไขของการทำงานภาครัฐบางอย่าง ทำให้ไม่มีความคล่องตัวในการทำงาน และการทำสปาเพื่อการรักษานั้นยังคงภาระงานของเจ้าหน้าที่ของทางโรงพยาบาลอยู่ในส่วนของคุณภาพของสปานั้นจะเป็นการนัดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อก่อนที่จะนำคนไข้เข้าไปนวดกดจุด แต่อย่างไรก็ตามสปาเองพยายามที่จะพัฒนาบุคลากรให้มีฝีมือถึงขนาดที่จะรักษาได้ และเป็นแนวทางที่ดีในการทำให้บริการสปาในเขตอันดามันมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ในการลงทุนธุรกิจสปาอันดามันนั้น ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะตั้งเป้าในการคุ้มทุนว่าต้องระยะเวลาในการคุ้มทุนอย่างน้อย 5 ปี ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีที่ไม่มีปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้เกิดขึ้น เช่น ภาวะการเกิดโรคซาร์หรือโรคติดต่อ ภาวะสงคราม ภาวะความไม่มั่นคงทางการเมือง ภาวะด้านอุบัติเหตุทางธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้น หรือภาวะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่ในจุดของความคุ้มทุนของธุรกิจสปา ผู้ประกอบการสปาทุกแห่งมักจะระบุว่ายังไม่คุ้มทุนกับการลงทุน ทั้งนี้เนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. การลงทุนในธุรกิจสปาเป็นการลงทุนที่สูง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีราคาแพง เช่น การลงทุนทำห้องสตีม ชาวน่า การทำอ่างน้ำวนจากหินร้อน บางเคสปามีการบำบัดด้วยหินร้อน (Warm stone) ซึ่งเป็นการลงทุนที่สูง และใช้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ทางด้านนี้โดยเฉพาะในการให้บริการลูกค้า
2. ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคในการทำธุรกิจสปาจะมีราคาสูง เนื่องจากสปาเป็นธุรกิจที่ใช้ไฟและใช้น้ำมาก ผู้ประกอบการจะต้องรับภาระด้านนี้ด้วย
3. ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ต้องการการดูแลรักษาสูง ผู้ประกอบการสปามักให้ข้อมูลว่า การลงทุนในธุรกิจสปาไม่ใช้การลงทุนครั้งเดียวจบ แต่จะต้องมีการลงทุนหลายครั้ง เช่น เมื่อเปิดให้บริการแล้ว ต้องมีการดูแลรักษาอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดีและมีประสิทธิภาพ การดูแลรักษาสถานที่และสภาพแวดล้อมให้มีบรรยากาศที่น่าใช้บริการ ค่าใช้จ่ายตรงจุดนี้ก็จะสูงตามไปด้วย
4. การลงทุนในธุรกิจสปาหลายแห่งในเขตอันดามัน ยังเป็นการลงทุนที่ไม่ยาวนานมากนัก โดยเฉพาะสปาในจังหวัดพังงา เป็นการฟื้นฟูกิจการขึ้นใหม่ หลังเกิดเหตุการณ์สึนามิ ซึ่งส่วนใหญ่จะเพิ่งเปิดให้บริการในเดือนธันวาคม 2548 ส่วนสปาที่มีขนาดใหญ่ในจังหวัด

ภูเก็ตและกระบี่นั้น เป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้น และเพิ่งเปิดให้บริการเช่นเดียวกัน นับระยะเวลายังไม่ถึง 5 ปี

ในส่วนของผู้ประกอบการสปาในเขตพื้นที่อันดามันนั้น ในจังหวัดภูเก็ตมีทั้งคนที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่นี้ และบางส่วนมาจากที่อื่น ส่วนพนักงานนั้น ผู้ประกอบการสปาส่วนใหญ่เป็นของเจ้าของรีสอร์ทหรือโรงแรม ซึ่งมักจะเป็นคนพื้นที่อื่นเข้ามาลงทุน ส่วนจังหวัดกระบี่ ผู้ประกอบการสปาส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น จึงกลายเป็นจุดแข็งอย่างหนึ่งก็ว่าได้ เพราะยังมีการจัดประชุม เพื่อปรึกษาหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจสปาในกลุ่มผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง และสามารถสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจเนื่องจากเป็นคนในพื้นที่ด้วยกัน ในขณะที่เดียวกันทั้ง 3 จังหวัดผู้ประกอบการยังประสานงานเป็นเครือข่ายร่วมกันในรูปแบบชมรมผู้ประกอบการธุรกิจสปา

5.2.2 การวางแผนธุรกิจสปา

จากการศึกษา พบว่า การวางแผนธุรกิจสปาของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่มีขั้นตอนในการวางแผนดังนี้

1. การหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปาของผู้ประกอบการ
2. การวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจสปา
3. การกำหนดตำแหน่งขององค์กร
4. การจัดเตรียมสถานที่
5. การจัดเตรียมบุคลากร
6. จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการบริการสปา
7. การจัดซื้อผลิตภัณฑ์สปา
8. การเปิดให้บริการ

โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

1) การหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปาของผู้ประกอบการ เนื่องจากธุรกิจสปาในเขตอันดามันเริ่มต้นประมาณปี พ.ศ. 2542 -2543 ซึ่งในขณะนั้น สปาที่มีชื่อเสียงมักจะเป็นสปาของต่างประเทศ เช่น บาห์ลี และในประเทศไทยก็มีบ่อน้ำร้อนสปา ซึ่งเป็นสปาที่ถูกมองว่าให้บริการสำหรับคนที่มีอำนาจการซื้อสูงเท่านั้น ดังนั้น ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปายังอาจเป็นเรื่องใหม่ของผู้ประกอบการ ประกอบกับในช่วงนั้นหน่วยงานภาครัฐเองก็ยังไม่ตื่นตัวกับคำว่า สปา เพราะฉะนั้นการอบรมที่ภาครัฐยังคงมีนำเสนอให้อยู่ก็คือการนวดไทย แต่ไม่เน้นเป็นการบริการสปาการหาข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการจึงมีลักษณะดังนี้

- การรับข้อมูลจากสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับสปา เช่น สปา เอเชีย (Spa Asia) เอเชียสปา (Asia Spa) ว่ามีข้อมูลต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้ประกอบการสปาได้เรียนรู้สถานที่ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับสปา นอกจากนี้ยังทราบแนวโน้มว่าบริการสปาประเภทใดเป็นที่ต้องการของลูกค้ามาก ลักษณะของลูกค้าสปาในปัจจุบันเป็นอย่างไร

- การหาข้อมูลโดยการทดลองเข้าไปใช้บริการสปาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการสปาส่วนใหญ่ เริ่มสนใจธุรกิจสปาจากการที่เป็นคนที่ชอบการนวด และหันมาให้ความสนใจใช้บริการสปา ดังนั้น ผู้ประกอบการสปาส่วนใหญ่ จึงมักจะหาข้อมูลจากการเก็บประสบการณ์จากการใช้สปาที่มีชื่อเสียง เช่น ชีวาครม บันยันทรีสปา รวมถึงสปาในต่างประเทศ และใช้วิธีการสังเกตทุกเรื่องที่เป็นบริการสปา เช่น ขั้นตอนในการบริการ การออกแบบสถานที่ การสร้างบรรยากาศ การตกแต่งสถานที่ การจัดสวน จุดเด่นที่สำคัญของสปาแต่ละแห่ง แล้วนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมาใช้ในการทำธุรกิจสปาของตนเอง

- การหาข้อมูลจากการติดต่อสื่อสารในกลุ่มผู้ประกอบการสปาด้วยกันเอง ซึ่งการติดต่อหาข้อมูลในกลุ่มผู้ประกอบการสปาเกิดขึ้นในช่วงที่ธุรกิจสปากำลังได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะสปาในพื้นที่อันดามันที่ผู้ประกอบการพยายามที่จะหาเอกลักษณ์ของตนเองให้แตกต่างจากสปาในที่อื่น ๆ การติดต่อสื่อสารเป็นทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารของผู้ประกอบการออกมาในรูปแบบ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจสปาจังหวัดภูเก็ต ชมรมผู้ประกอบการธุรกิจสปาจังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ ทั้งสมาคม และชมรมทำหน้าที่ในการส่งข้อมูลความก้าวหน้าต่าง ๆ ให้กับสมาชิก อย่างไรก็ตามสถานประกอบการสปาบางแห่งเท่านั้นที่เป็นสมาชิกของชมรม และสมาคม

ส่วนรูปแบบการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการของผู้ประกอบการสปานั้นเกิดจากความสัมพันธ์แบบเพื่อนในวงการธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการสปาส่วนใหญ่เติบโตมาจากธุรกิจทางการท่องเที่ยว เช่น เป็นเจ้าของบริษัทนำเที่ยวมาก่อน เป็นเจ้าของโรงแรม ที่พัก รีสอร์ทมาก่อนแล้ว จึงเป็นที่รู้จักและทำงานร่วมกันโดยพื้นฐาน และสามารถนำมาใช้ต่อในวงการธุรกิจสปา

- การที่โรงแรมต้องการยกระดับตนเอง โดยปัจจุบันโรงแรมระดับ 5 ดาวนั้นจำเป็นต้องมีสปาให้บริการในโรงแรมด้วย ดังนั้นโรงแรมหลายแห่งจึงต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสปาเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการเปิดให้บริการแก่แขกที่มาพักในโรงแรม โดยที่โรงแรมจะต้องมีการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์สปาให้ชัดเจน การเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจะต้องแตกต่างจากเดย์สปา ส่วนสำคัญในการหาข้อมูลของโรงแรมส่วนใหญ่เกิดจากผู้จัดการสปาของโรงแรม โดยทางโรงแรมมักจะว่าจ้างผู้จัดการสปาที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจสุขภาพมาก่อน มาช่วยในการวางแผนงานธุรกิจสปาของโรงแรม และโรงแรมบางแห่งจะว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาที่มีความชำนาญทางด้านธุรกิจสปามาให้คำปรึกษาและวางแผนงาน

- การหาข้อมูลจากการประชุมสัมมนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการหาข้อมูลในลักษณะนี้มีมากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจสปากำลังได้รับความนิยม หน่วยงานภาครัฐเริ่มหันมาให้ความสนใจกับธุรกิจสปามากขึ้น เพราะว่าสปาเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งที่มาจากธุรกิจการท่องเที่ยว และสปาของไทย เป็นอีกหนทางหนึ่งในการเผยแพร่ภูมิปัญญาแบบไทย ๆ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐได้ออกกฎเกณฑ์บางอย่างในการควบคุมธุรกิจสปาให้เป็นไปตามครรลองที่ถูกต้อง จึงต้องทำให้ผู้ประกอบการสปาหันมาเข้าร่วมการสัมมนามากขึ้น เพื่อที่จะได้ทราบความเคลื่อนไหวของกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดขึ้น อย่างไรก็ตามกฎเกณฑ์บางอย่างที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดขึ้นนั้นอาจจะมีผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจสปา ซึ่งเกิดขึ้นมาก่อนที่ภาครัฐจะหันมาให้ความสนใจ และกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น มาตรการในการจ่ายภาษีของสถานประกอบการสปา มาตรการในการกำหนดสถานที่ตั้งสปา มาตรการในการกำหนดผู้จัดการสปา นักสุขภาพบำบัด เป็นต้น ซึ่งทุกหลักเกณฑ์เกิดขึ้นมาที่หลังจากที่ผู้ประกอบการลงทุนไปแล้วทั้งหมด

สำหรับข้อมูลพื้นฐานที่ผู้ประกอบการต้องการเกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจสปานั้นมีมากมาย และผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ข้อมูลด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจสปา
- 2) ข้อมูลทางด้านการตลาดของธุรกิจสปา ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริการสปา ข้อมูลด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค โอกาสทางการตลาด อุปสรรคที่น่าจะมี การวิเคราะห์จุดเด่น
- 3) ข้อมูลด้านการออกแบบสถานที่
- 4) ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการบริการสปา
- 5) ข้อมูลด้านวิธีการหาลูกค้า / การประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว
- 6) ข้อมูลการกำหนดอัตราค่าบริการสปาที่เหมาะสม
- 7) ข้อมูลการจัดทำแพคเกจสปา
- 8) ข้อมูลการจัดการบุคลากรในธุรกิจสปา
- 9) ข้อมูลด้านการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา เช่น สถานที่จัดอบรม ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการสปา
- 10) ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อผลิตภัณฑ์สปา
- 11) ข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการธุรกิจสปา

2) การวิเคราะห์สถานการณ์ในการทำธุรกิจสปา เป็นการศึกษาค้นหาเหตุผลเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานในธุรกิจสปา โดยผู้ประกอบการจะต้องมีการพิจารณาโดยละเอียด ปัจจัยที่

ผู้ประกอบการควรนำมาพิจารณาประกอบด้วย ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่า ปัจจุบันหน่วยงานอยู่ในสถานการณ์ใด

การพิจารณาปัจจัยภายในของสถานประกอบการสปา ซึ่งในที่นี้หมายถึง ปัจจัยภายในที่เป็นเชิงบวก คือ จุดแข็ง (Strength) และปัจจัยภายในที่เป็นเชิงลบ (Weakness) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ตัวแบบ 7 S ในการพิจารณาปัจจัยภายในของธุรกิจสปาซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างองค์กร (Structure) ระบบการปฏิบัติงาน (System) จำนวนบุคลากร (Staff) ความสามารถของบุคลากร (Skill) ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์องค์กร (Strategy) รูปแบบการบริหาร (Style) วิสัยทัศน์ / ค่านิยมร่วมการในการปฏิบัติงาน (Shared Value) ซึ่งแต่ละปัจจัยมีองค์ประกอบดังนี้

- **โครงสร้างองค์กร (Structure)** จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างองค์กรของธุรกิจสปาอันดามันมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของสปาเป็นส่วนใหญ่ โดยที่เดย์สปาขนาดใหญ่จะมีโครงสร้างองค์กรที่แยกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ที่ชัดเจน และมีภาระงานของแต่ละฝ่ายแยกออกจากกัน ส่วน รีสอร์ทสปานั้นฝ่ายสปาจะมีโครงสร้างเล็ก ๆ ประกอบด้วยผู้จัดการสปา พนักงานต้อนรับ และนักสุขภาพบำบัด ฝ่ายสปารับทำหน้าที่เฉพาะให้บริการสปา ส่วนงานอื่น ๆ จะต้องประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของโรงแรม ในขณะที่เดย์สปาขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กรจะถูกปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เหมาะสม ไม่มีโครงสร้างตายตัว ตำแหน่งที่สำคัญประกอบด้วย ผู้จัดการสปา พนักงานต้อนรับ นักสุขภาพบำบัด และมีภาระงานที่ซ้ำซ้อนกันได้แล้วแต่สถานการณ์
- **ระบบการปฏิบัติงาน (System)** เดย์สปาขนาดเล็กจะมีระบบปฏิบัติงานที่ไม่ชัดเจน เพียงแต่ว่าเมื่อมีแขกเข้ามาใช้บริการจะเน้นว่าจะต้องบริการให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ ในขณะที่เดย์สปาขนาดใหญ่จะต้องมีขั้นตอนในการบริการที่มีรูปแบบตายตัว โดยผู้ทำหน้าที่จะมีหน้าที่เฉพาะของตัวเอง บางครั้งถ้ามีลูกค้าเข้ามาเป็นจำนวนมากจะต้องมีการจองล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อผู้จัดการสปาจะได้ประชุมจัดเตรียมงานกับฝ่ายต่าง ๆ ทั้งหมด เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ในการประสานงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ
- **จำนวนบุคลากร (Staff)** สปาอันดามันมีความหลายมากในด้านจำนวนบุคลากรทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของสปา รวมทั้งขึ้นอยู่กับการทำตลาดของสถานประกอบการสปานั้น เช่น ถ้ารีสอร์ทสปาในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว จะเน้นลูกค้าที่เป็นแขกของโรงแรมเอง ซึ่งมีเข้ามาใช้บริการไม่มาก แต่ถ้ามีลูกค้าจำนวนมากเกินกว่าที่สปาจะจัดการได้ จะนัดหมายเวลากับลูกค้าล่วงหน้า ดังนั้นจำนวนบุคลากรในรีสอร์ทสปาจึงไม่จำเป็นต้องมีมาก อาจจะมีเพียง 3-7 คนเท่านั้น แตกต่างจากเดย์สปาขนาดใหญ่ ที่มีการทำตลาดนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม เพราะฉะนั้นจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่อครั้งมีเป็นจำนวนมาก ประมาณ 30-50 คน บางครั้งมีเป็นจำนวน 90-100 คน ทำให้สถานประกอบการสปาประเภทนี้จำเป็นต้องมีพนักงานฝ่ายต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ซึ่งอาจจะมีจำนวนพนักงาน 100-200 คน

- **ความสามารถของบุคลากร (Skill)** นับว่าเป็นเรื่องสำคัญในการจัดการธุรกิจสปา ส่วนใหญ่จะเน้นพัฒนาบุคลากรด้านพนักงานต้อนรับ และพนักงานสุขภาพบำบัด เพราะทั้ง 2 ส่วนนี้จะเป็นผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ประเด็นที่ผู้ประกอบการนำมาพัฒนาบุคลากร ประกอบด้วย การพัฒนาบุคลิกภาพ การพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญด้านบริการสปา เช่น การนวด การขัดผิว การพัฒนาด้านการใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อสื่อความหมายกับลูกค้าได้
- **ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์องค์กร (Strategy)** เป็นการเน้นจุดเด่นของสถานประกอบการสปา บางสถานประกอบการสปาเน้นว่า จะต้องมีการนวดที่ดีจึงจะมีลูกค้ามาก ในขณะที่บางสปาจะเน้นว่า จะต้องมีการบริการที่ดี และจากการศึกษา พบว่า สปาแต่ละแห่งจะพยายามหารูปแบบการบริการของตนเองเพื่อสร้างเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์หรือบริการของตัวเอง และพนักงานจะต้องปฏิบัติงานในการให้บริการในมาตรฐานเดียวกัน
- **รูปแบบการบริหาร (Style)** จากการศึกษา พบว่า รูปแบบการบริหารธุรกิจสปาในเขตอันดามัน เน้นการบริหารแบบเป็นครอบครัว พนักงานและผู้บริหารจะอยู่ร่วมกันแบบพี่น้อง ผู้จัดการสปาจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งการบริหารแบบญาติมิตรนั้นสามารถที่จะแก้ปัญหาการแย่งชิงตัวพนักงานได้
- **วิสัยทัศน์ / ค่านิยมร่วมในการปฏิบัติงาน (Share Value)** สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการสปาจะต้องเน้นย้ำในการทำธุรกิจสปา คือ การสร้างจิตสำนึกที่ดีในการบริการ และจะต้องพิจารณาทุกส่วนมีความสำคัญมากในการทำธุรกิจสปา การให้พนักงานเห็นคุณค่าของตัวเอง และรับรู้เรื่องราวอุปสรรคในการทำงานของพนักงาน การให้สวัสดิการที่เหมาะสม การให้ความรู้แก่พนักงานอยู่เสมอจะทำให้ธุรกิจสปาสามารถดำเนินงานไปได้ดี

ส่วนการพิจารณาปัจจัยภายนอกของธุรกิจสปา อาจมองได้ว่ามีทั้งปัจจัยภายนอกที่เป็นเชิงบวกหรือโอกาส (Opportunity) และปัจจัยภายนอกที่เป็นเชิงลบหรืออุปสรรค (Threat) ซึ่งแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยภายนอกที่เป็นเชิงบวกหรือโอกาส (Opportunity) ของธุรกิจสปาอันดามัน
ประกอบด้วย

- การมีที่ตั้งที่เหมาะสม มีทะเลล้อมรอบ และสอดคล้องกับความหมายของคำว่า สปา ซึ่งหมายถึงการบำบัดด้วยน้ำ
- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในพื้นที่นี้มาก และนิยมใช้สปามากขึ้น
- กระแสความนิยมด้านสุขภาพของคนเริ่มมีมากขึ้น ทำให้สปาสามารถเจาะลูกค้าได้หลากหลายขึ้น
- การวางยุทธศาสตร์ของภาครัฐที่ต้องการให้พื้นที่แถบนี้เป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของเอเชีย

- สป่าสามารถประยุกต์เอาวัฒนธรรมไทยที่มีความอ่อนหวาน นำประทับใจใช้ในบริการสป่าได้ อีกทั้งสป่ายังสามารถนำภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์สป่าได้

ปัจจัยภายนอกที่เป็นเชิงลบหรืออุปสรรค (Threat) ของธุรกิจสป่าอันดามัน
ประกอบด้วย

- วัฒนธรรมอันดามันยังคงมีความคลุมเครือสำหรับผู้ประกอบการสป่า ทำให้ผู้ประกอบการยังไม่สามารถประยุกต์ใช้วัฒนธรรมอันดามันมาใช้กับธุรกิจสป่าได้อย่างเต็มที่
- ปัญหาด้านการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ
- สป่าในจังหวัดพังงายังคงมีปัญหาด้านการคมนาคม

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกแล้วผู้ประกอบการจะต้องนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาจัดวางตำแหน่งขององค์กร

3) การกำหนดตำแหน่งของธุรกิจสป่า

ในการกำหนดตำแหน่งทางสินค้าหรือบริการในธุรกิจสป่า นั้น ผู้ประกอบการจะต้องใช้กลยุทธ์ที่จะทำให้บริการสป่าของตนเองแตกต่างจากคู่แข่งในการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งในการกำหนดความแตกต่างของธุรกิจสป่าอันดามันที่ผู้ประกอบการใช้อยู่มีดังนี้

1. การทำให้บริการสป่ามีความแตกต่างในด้านคุณสมบัติและคุณสมบัติ ซึ่งผู้ประกอบการบางแห่งพยายามสร้างความร่วมมือกับโรงพยาบาล เพื่อหาหนทางในการสร้างสป่าเพื่อการผ่อนคลายควบคู่กับสป่าเพื่อการรักษา หรือมีสป่าบางแห่งใช้เทคนิคการทำหินร้อนมาใช้ในการบริการสป่า

2. การทำให้บริการสป่ามีความแตกต่างในด้านคุณภาพและราคา ซึ่งการสร้างความแตกต่างทางด้านนี้ผู้ประกอบการในจังหวัดพังงามองว่าบริการสป่าของตนเองจะต้องมีคุณภาพ ใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ นำไปสู่การตั้งราคาที่สูง

3. การสร้างความแตกต่างในเรื่องของถิ่นกำเนิดของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบริการสป่า ซึ่งผู้ประกอบการจะพิจารณาถึงรสนิยมของลูกค้า เช่น ลูกค้ายุโรปชอบสมุนไพรไทยแต่ควรมีงานวิจัยรับรองคุณภาพ ในขณะที่ลูกค้าเอเชียชอบและเชื่อถือผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ

4. การสร้างความแตกต่างด้านการบริการ สป่าอันดามันส่วนใหญ่จะเน้นสร้างความแตกต่างทางด้านการบริการ เพราะมองว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการสป่าที่น่าประทับใจ ทั้งนี้ส่วนใหญ่มักใช้วัฒนธรรมไทยในการต้อนรับ ควบคู่กับการสร้างความรู้สึกให้ลูกค้ารู้ว่าสป่าแห่งนี้คือบ้านหลังที่สอง และการที่สป่ามีความจริงใจต่อลูกค้า

5. การสร้างความแตกต่างด้านบุคลากร การสร้างความแตกต่างด้านนี้เป็นผลทำให้สถานประกอบการสป่าจะมีการเข้มงวดเกี่ยวกับคุณภาพของพนักงานสุขภาพบำบัด ซึ่งจะต้องมีการผ่านการดูแลอบรมให้ความรู้จากหัวหน้างาน ก่อนที่จะออกบริการสป่าจริง ๆ นอกจากนี้จะมีการออกแบบชุดยู

นิฟอร์มสำหรับพนักงาน และพนักงานจะต้องมีกิจกรรมายาทที่ดี รวมทั้งต้องมีความรู้เกี่ยวกับบริการสปา สามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ และสามารถสื่อสารภาษาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

6. การสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ของสถานประกอบการสปา สปาบางแห่งมีชื่อเสียงระดับโลก การที่ลูกค้าได้เข้าไปใช้บริการถือว่าเป็นการสร้างคุณค่า และความภาคภูมิใจในตัวเอง และเป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำ

7. การสร้างความแตกต่างในด้านสัญลักษณ์เชิงวัฒนธรรม สปาอันดามันส่วนใหญ่ยังคงใช้วัฒนธรรมไทยมาประยุกต์กับการบริการสปา เช่น ใช้สถาปัตยกรรมไทยในการออกแบบสถานที่ ใช้มารยาทไทย และธรรมเนียมแบบไทยในการต้อนรับลูกค้า ให้พนักงานแต่งกายแบบไทย ๆ ใช้การนวดไทย และการนวดแบบราชสำนักในการให้บริการ ใช้ภูมิปัญญาไทยในการทำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบริการสปา เป็นต้น นอกจากนี้ สปาบางแห่งพยายามค้นหาวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของอันดามันมาใช้ในการบริการสปา เช่น การออกแบบสถานที่ที่เป็นชิโนโปรตุกิส การให้พนักงานนุ่งผ้าปาเต๊ะ การใช้สมุนไพรท้องถิ่นในภาคใต้ เป็นต้น

ในการสร้างความแตกต่างนั้น สถานประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ นิยมสร้างความแตกต่างแบบผสมผสานกัน ส่วนความแตกต่างด้านราคาควรเป็นการสร้างความแตกต่างในราคาที่สูงขึ้น แต่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ในคุณภาพ

4) การจัดเตรียมสถานที่ของสถานประกอบการสปา จากการศึกษาวิจัย พบว่า การจัดเตรียมสถานที่บริการสปาของผู้ประกอบการสปาอันดามันส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 3-5 ปี โดยมีลักษณะขั้นตอนของการจัดเตรียมสถานที่ดังนี้

- จัดสร้างอาคารที่จะให้บริการก่อนที่จะมีการจัดทำสวน ในกรณีที่เป็นเดย์สปา
- จัดออกแบบสวนก่อนที่จะจัดสร้างอาคาร ในกรณีที่เป็นเดย์สปา
- จัดพื้นที่ส่วนหนึ่งของโรงแรมให้เป็นสถานประกอบการสปา ในกรณีที่เป็นรีสอร์ทสปา และสร้างสปาพร้อมกับรีสอร์ท ซึ่งมักจะเกิดขึ้นกับโรงแรมที่เปิดใหม่ การจัดสถานที่ของโรงแรมที่เปิดใหม่จึงอาจเป็นไปได้ทั้งสปากายในอาคาร หรือสปากายนอกอาคาร อย่างไรก็ตาม สำหรับโรงแรมที่เปิดให้บริการที่พักมานานแล้ว และจะต้องเปิดให้บริการสปากายหลังผู้ประกอบการมักจัดสรรพื้นที่ในอาคารให้เป็นพื้นที่สำหรับบริการสปาให้แก่แขกในโรงแรม

โดยภาพรวมของการออกแบบอาคารหรือสถานที่ในการบริการสปา ผู้ประกอบการมักยึดหลักของการออกแบบสถานที่สปา ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่หนึ่ง พื้นที่ของส่วนต้อนรับลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่สปาอันดามันก็จะคำนึงถึงลักษณะของพื้นที่ เช่น หันหน้าอาคารออกสู่ทะเล เพื่อให้ลูกค้าสามารถดื่มด่ำกับความสวยงามของทะเล หรือถ้า

สภาพแวดล้อมไม่อำนวยก็อาจจะออกแบบให้มีต้นไม้ หรือจัดสวนให้น่าสนใจ เช่น จัดทำน้ำตก สระน้ำ หรือจัดอุปกรณ์ตกแต่งสถานที่ให้น่าประทับใจ

ส่วนที่สอง พื้นที่ที่รีดเมนต์ ในพื้นที่ส่วนนี้จะเน้นความสงบ สะอาด และความสะอาดในการใช้งาน และพื้นที่ส่วนนี้จะต้องถูกต้องตามกฎหมายเกณฑ์ที่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขกำหนด

ส่วนที่สาม พื้นที่สำหรับการอาบ พื้นที่ในส่วนนี้สถานประกอบการจะจัดให้บริการแตกต่างกันออกไป เช่น ชาวน่า สตรีม อ่างน้ำวน ซึ่งถ้าเป็นสปาขนาดใหญ่จะมีอุปกรณ์เหล่านี้ไว้ให้บริการในห้องที่มีเป็นห้องระดับสูง

ส่วนที่สี่ พื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมเสริมของบริการสปา ในกรณีที่สถานประกอบการสปาต้องการให้บริการเพิ่มเติม เช่น พื้นที่สำหรับการออกกำลังกาย พื้นที่การทำโยคะ พื้นที่สำหรับสวนสุขภาพ เป็นต้น

ส่วนที่ห้า พื้นที่สันทนาการ เป็นพื้นที่สำหรับให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้พักผ่อนหลังจากใช้บริการสปาแล้ว ซึ่งการออกแบบพื้นที่อาจจะเป็นลานโล่ง ๆ มีน้ำเป็นองค์ประกอบเพื่อให้เกิดความรู้สึกเย็น ถ้าเป็นสถานประกอบการสปาขนาดเล็ก พื้นที่ส่วนนี้อาจจะใช้ที่เดียวกันกับพื้นที่ของส่วนต้อนรับลูกค้า

ในการจัดออกแบบสถานที่นั้น สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่มักจะว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบมาเป็นผู้ออกแบบสถานที่ ซึ่งหลักการออกแบบขึ้นอยู่กับการตกลงกัน และจากการศึกษาพบว่า การออกแบบสถานประกอบการสปาอันดามันส่วนใหญ่เป็นแนวของการออกแบบสถานที่ในป่าเขตร้อนชื้น (Tropical Rain Forest) ซึ่งจะมีลักษณะของการเปิดพื้นที่ให้โล่ง เพื่อให้มีลมพัดในบางส่วนที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ก็จะมีการออกแบบให้เหมาะสมกับพื้นที่ โดยเน้นว่าออกแบบให้เหมือนกับบ้านจะดีที่สุด

5) การจัดเตรียมบุคลากรของสถานประกอบการสปา ทั้งนี้สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่เริ่มต้นด้วยการว่าจ้างผู้จัดการสปาก่อนที่จะเปิดให้บริการสปา เพื่อให้ผู้จัดการสปาเข้ามามีส่วนในการจัดการสปาตั้งแต่เริ่มต้น ในกรณีที่เป็นเดย์สปาขนาดเล็ก ผู้จัดการสปาก็คือผู้ลงทุน หรือผู้ประกอบการเอง

ในส่วนของพนักงานสุขภาพบำบัดนั้น ในเดย์สปาขนาดเล็ก ผู้จัดการสปาจะเป็นผู้สอนให้ทักษะความรู้แก่พนักงานสุขภาพบำบัด ในขณะที่สปาขนาดใหญ่จะมีการให้ความรู้เริ่มต้นกับพนักงานดังนี้

- จัดตั้งโรงเรียนเป็นของตัวเอง และมีการอบรมให้ความรู้ที่เป็นมาตรฐาน และมีระยะเวลาที่อบรมอย่างชัดเจน ทั้งนี้โดยมีการประเมินผลความรู้เป็นระยะ

- จัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านบริการสปา มาใช้ความรู้ตั้งแต่ก่อนเปิดให้บริการสปา หลังจากนั้นมอบหมายให้หัวหน้างานดูแลต่อไป
- ผู้ประกอบการมีความสนใจด้านบริการสปา และไปอบรมเพิ่มเติมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แล้วนำความรู้ที่ได้มาสอนพนักงาน

6) **การจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการบริการสปา** ในการเปิดสถานประกอบการสปานี้ นอกจากการออกแบบสถานที่ให้สอดคล้องกับแนวคิดที่ผู้บริหารต้องการแล้ว การให้บริการสปาจะต้องมีเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ที่จะใช้ในการให้บริการ ซึ่งประกอบด้วยอ่างน้ำวน ห้องสตรีม ซาวน่า เติยง นวดประเภทต่าง ๆ วัสดุตกแต่งสถานที่ ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์ของไทย และต่างประเทศ ปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสระน้ำ หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับสปาเริ่มเข้ามาตั้งสาขาในจังหวัดภูเก็ตมากขึ้น โดยที่โรงงานที่ผลิตตั้งอยู่ในจังหวัดอื่น

7) **การจัดซื้อผลิตภัณฑ์สปา** การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสถานประกอบการสปานี้มีหลายประเภท ประกอบด้วย

- น้ำมันหอมระเหย ส่วนใหญ่ใช้ของบริษัทที่ผลิตในประเทศไทย และผู้ผลิตจะมีความรู้ทางด้านศาสตร์โรมานาโดยเฉพาะ โดยบริษัทที่ผลิตน้ำมันหอมระเหยมักจะสร้างจุดเด่นว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นวัตถุดิบธรรมชาติทั้งหมด
- ผลิตภัณฑ์ครีมที่ใช้กับหน้า ถ้าเป็นสปาระดับสูง จะต้องใช้ครีมที่มาจากต่างประเทศ เนื่องจากโครงสร้างผิวของชาวต่างชาติอาจแพ้กับสมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะต้องมีมาตรฐานในการผลิตชัดเจน
- ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย บางแห่งใช้วิธีการผสมเอง บางแห่งใช้วิธีการสั่งจากกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสินค้าประเภทนี้อยู่ และมักจะไม่ใช่กับผิวหน้า

8) **การเปิดให้บริการสปา** เนื่องจากการทำธุรกิจสปาจะต้องอาศัยสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการประสานงานกับธุรกิจอื่น เพื่อให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการสปามากขึ้น แต่การประสานงานของสปาแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันดังนี้

- เดย์สปา มีการสื่อสารโดยการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งการใช้สื่อป้ายคัทเอ้าท์ การออกบุญร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ
- รีสอร์ทสปา ประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ภายในโรงแรมเพื่อให้ข้อมูลแก่แขกที่มาพักโรงแรมจ้างบริษัทที่ปรึกษาในการทำตลาด และหาลูกค้า ใช้ป้ายโฆษณา การติดต่อกับโรงแรมที่ไม่มีสปา การติดต่อกับมัคคุเทศก์

5.2.3 ภาพรวมการตลาดธุรกิจสปา

จากการศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการสปา พบว่า โดยภาพรวมสปาอันดามัน มีจุดแข็งด้านสถานที่ที่เป็นธรรมชาติโดยตัวเอง และผู้ประกอบการสามารถออกแบบสถานที่นั้นโดยเอาจุดเด่นด้านธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ได้อย่างผสมกลมกลืน นอกจากนี้ในด้านการบริการสปา สปาอันดามันพยายามที่จะสร้างความรู้สึกให้กับลูกค้าว่าสถานบริการสปาแห่งนี้ คือ บ้านหลังที่ 2 มีการนำเอาวัฒนธรรมไทยเข้าใช้ในการบริการ เช่น การพุดจาที่สุภาพอ่อนน้อม การคุกเข่าเมื่ออยู่ต่อหน้าแขก และการไหว้ต้อนรับลูกค้า เป็นต้น และการบริการนั้นพนักงานจะต้องเข้าหาลูกค้า ไม่รอให้ลูกค้าเดินเข้ามาหาเอง

จุดขายที่สำคัญของบริการสปา คือ การบริการด้วยใจ สถานประกอบการสปาบางแห่งระบุว่าถึงแม้ยังνωดไม่เก่ง แต่ผู้ให้บริการมีจิตใจดี และให้บริการได้อย่างน่าประทับใจ จะได้รับการชื่นชมจากลูกค้า มากกว่าνωดี แต่บริการไม่ดี ผู้ประกอบการสปาทุกแห่งให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างมาก ซึ่งจากจุดขายตรงนี้ ทำให้ผู้ประกอบการสปาต้องคำนึงถึงคุณสมบัติด้านทัศนคติในการทำงานของนักสุขภาพบำบัดเป็นอย่างมาก

สรุปได้ว่าจุดแข็งที่สำคัญของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันที่สำคัญ คือ

- 1) การมีธรรมชาติที่สวยงามของจังหวัดในแถบอันดามัน ซึ่งผู้ประกอบการมองว่า นิยามของคำว่า สปา ซึ่งแปลว่า การบำบัดด้วยน้ำไปสอดคล้องกับลักษณะทางธรรมชาติของพื้นที่อันดามันเป็นอย่างดี
- 2) การออกแบบสถานที่ของผู้ประกอบการ ที่สามารถผนวกเอาธรรมชาติโดยรอบมาใช้ในการออกแบบ และตกแต่งสถานที่ เช่น สปาที่เป็นสถานที่ริมทะเล มักจะออกแบบเป็นแบบโล่ง (Outdoor Spa) เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสธรรมชาติขณะที่รับบริการสปา
- 3) การบริการที่ดีเยี่ยม ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องไม่มองข้ามรายละเอียดเล็กน้อย เช่น การมีดอกกล้วยไม้ประดับในถาดผลิตภัณฑ์ การเปิดของใช้ที่สะอาดและใหม่เอี่ยมให้ลูกค้าเห็น การบริการที่น่าประทับใจ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในการทำธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามัน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ 3 จุดใหญ่ ๆ คือ

1. **ปัญหาด้านสถานที่** ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัญหาของสถานประกอบการสปาในจังหวัดพังงา ซึ่งการเดินทางไปมาของลูกค้ไม่สะดวก ดังนั้น การทำตลาดในการดึงลูกค้เข้ามาใช้บริการจึงต้องอาศัยบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น ส่วนสปาในจังหวัดภูเก็ต และกระบี่มักจะไม่ม่ปัญหานี้
2. **ปัญหาด้านพนักงานให้บริการ** เนื่องจากว่าธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม และเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุน ดังนั้นใน 1 – 2 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจสปาในพื้นที่อันดามันเกิดขึ้น

มากมายหลายประเภทและหลายระดับ ในขณะที่หน่วยงานทางด้านการศึกษายังไม่ได้มีการผลิตบุคลากรทางด้านสาขาเกี่ยวกับการบริการสปาโดยตรง หรือที่มีอยู่ก็จะอยู่ในช่วงของการตั้งต้นจัดการเรียนการสอน ผู้ที่ความเชี่ยวชาญทางด้านบริการสปาจึงเป็นที่ต้องการของตลาด ทำให้เกิดการขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถในการทำงานสปาดังนั้นการแย่งชิงตัวนักสุขภาพบำบัดจึงเกิดขึ้นในวงการสปาอันดามัน ทั้งๆ ที่สปาบางแห่งกำหนดคุณสมบัติในการรับสมัครนักสุขภาพบำบัดว่า ไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ เพราะทางสปาจะเป็นผู้ฝึกให้เอง หรือบางสถานประกอบการสปาก็จะมีโรงเรียนสอนด้านบริการสปาเป็นของตัวเอง และมีการผูกมัดโดยการทำสัญญา แต่การไหลเวียนของนักสุขภาพบำบัดก็ยังคงมีจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสปา พบว่า ในการรับนักสุขภาพบำบัดเข้ามาอบรม 90 คน ผู้ประกอบการจะต้องตั้งเป้าว่ามีนักสุขภาพบำบัดเข้ามาทำงานจริง ๆ 40 คนเท่านั้น ที่เหลือเป็นปัญหาของการแย่งชิงตัวนักสุขภาพบำบัดจากสถานประกอบการสปาแห่งอื่น โดยนักสุขภาพบำบัดเองก็มองว่า สถานประกอบการสปาที่ใดให้ค่าตอบแทนสูงกว่าก็จะไปทำงานที่นั่น

นอกจากนี้ยังมีการไหลเวียนของนักสุขภาพบำบัดแบบข้ามจังหวัด ส่วนใหญ่นักสุขภาพบำบัดที่มีฝีมือจะเดินทางเข้าไปทำงานในจังหวัดภูเก็ต เพราะธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ตสามารถแก้ปัญหาเรื่องการฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวน้อยได้แล้ว คือ การนำนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นเข้ามาทดแทน ทำให้พนักงานสปามีรายได้ดีตลอดทั้งปี และจากสาเหตุนี้จึงทำให้นักสุขภาพบำบัดในจังหวัดกระบี่ และพังงาจะมีน้อยกว่าในจังหวัดภูเก็ต

อย่างไรก็ตามสถานประกอบการสปาบางแห่งมองว่า การไหลเวียนของนักสุขภาพบำบัดนั้นเป็นเรื่องปกติของการทำงานด้านสปา เพราะการได้ไปทำงานในสถานบริการสปาในหลายๆ ที่ นับเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดี และทำให้นักสุขภาพบำบัดคนนั้นได้พัฒนาฝีมือในการทำงานไปเรื่อยๆ การทำงานในที่เดียวจะทำให้เกิดการเรียนรู้น้อย และความรู้เกี่ยวกับสปาในปัจจุบันมีความเคลื่อนไหวและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา การผูกมัดบุคลากรในการทำงานนั้น สถานประกอบการสปาต้องสร้างความสุขในการทำงานของพนักงาน อำนวยความสะดวกในสิ่งที่สามารถทำได้เหมาะสม มีสวัสดิการที่ดี และที่สำคัญจะต้องสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นครอบครัว

3. **ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** เนื่องจากมีสถานประกอบการสปาหลาย ๆ ที่ยังไม่สามารถนำเอาสมุนไพรไทยมาใช้ให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของสปาไม่ได้ เนื่องจากมีสมุนไพรไทยหลายชนิดยังไม่มีการวิจัยรองรับ แต่มีสปาบางแห่งใช้ภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ในการทำผลิตภัณฑ์ขัดตัว เนื่องจากยังคงเป็นความชื่นชอบของลูกค้ายุโรป แต่กับผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับหน้าจะต้องมีความละเอียดอ่อนสูง และเนื่องจากผิวของชาวต่างประเทศมีความแตกต่างจาก

ผิวของคนเอเชีย จึงแพ้ง่าย การใช้สมุนไพรไทยจึงต้องมีความระมัดระวังสูงตามไปด้วย ดังนั้นในส่วนผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับหน้า สถานประกอบการสปาที่มีคุณภาพมักใช้ผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และเป็นที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากลูกค้ามักจะถามชื่อของผลิตภัณฑ์ทุกครั้งที่ใช้ โดยเฉพาะลูกค้าชาวยุโรป

5.2.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เนื่องจากตลาดของลูกค้าธุรกิจสปาในเขตอันดามัน จะไปเกี่ยวข้องกับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว การทำตลาดทางด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ย่อมส่งผลต่อจำนวน และลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการที่สถานประกอบการสปาเช่นเดียวกัน

ในปัจจุบันทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พยายามขจัดปัญหาของฤดูกาลออกไป จากเดิมที่เขตอันดามันจะแบ่งเวลาทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ฤดูกาล คือ ฤดูกาลทางการท่องเที่ยวจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึงเดือนเมษายน ซึ่งในช่วงนี้จะตรงกับฤดูหนาวในประเทศแถบยุโรป นักท่องเที่ยวจึงมีการเดินทางเข้ามาในประเทศกลุ่มเอเชียสูง เพื่อหลีกเลี่ยงความหนาวเย็น ส่วนฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวน้อยจะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – กันยายน 2549 ซึ่งเป็นช่วงฤดูฝนในประเทศไทย แต่ในขณะนี้ผู้ประกอบการทุกแห่งระบุว่า ฤดูกาลทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วยเหตุผลหลายประการ นักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาตั้งแต่เดือนสิงหาคม และในช่วงฤดูฝนก็ยังคงมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เข้ามาทดแทน ทั้งนี้อาจเกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. การทำการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เปลี่ยนคำว่า **โลว์ซีซั่น** (Low Season) เป็น **กรีนซีซั่น** (Green Season) โดยการทำการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นเน้นว่า ควรมีนักท่องเที่ยวตลอดปี ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถยืนหยัดอยู่ได้ โดยมองว่าฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวมาก ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและเอเชีย ส่วนช่วงกรีนซีซั่น การท่องเที่ยวควรเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ซึ่งเดินทางเข้ามาใช้บริการในช่วงนี้มากขึ้น
2. ลักษณะฤดูฝนในจังหวัดของเขตอันดามัน เป็นลักษณะที่นักท่องเที่ยวสามารถรับได้ เพราะไม่ได้เป็นฝนที่ตกตลอดทั้งวัน มีบางวันที่อากาศดีตลอดทั้งวัน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปเที่ยวตามเกาะต่าง ๆ หรือทำกิจกรรมนอกสถานที่พักได้ ประกอบกับจังหวัดในเขตอันดามัน มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกหลากหลายมากขึ้น สปาจึงได้รับความนิยมมากในช่วงที่มีฝนตก เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่สามารถทำกิจกรรมอื่นได้ จึงหันมาเข้าสปามากขึ้น ประกอบกับสปาบางแห่งออกแบบสถานที่ให้ผู้ใช้บริการได้ฟังเสียงควบคู่กับการใช้บริการสปา เป็นการสร้างบรรยากาศอีกแบบหนึ่งให้กับผู้ให้บริการ

3. การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ที่ทำให้มีความคลาดเคลื่อนทางฤดูกาลไปจากเดิม ช่วงของฤดูฝนและฤดูร้อนของจังหวัดในเขตอันดามันเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น จากช่วงเวลาที่เปลี่ยนไป ทำให้กลุ่มลูกค้าสปา ซึ่งไปสอดคล้องกับการทำการตลาดทางการท่องเที่ยวก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดจะเป็นลักษณะดังนี้

- **จังหวัดภูเก็ต** กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการสปาส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มเอเชียที่เน้นมาเป็นกรุปทัวร์ ประกอบด้วย จีน เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ (Independent Tourists)
- **จังหวัดพังงา** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย และเยอรมัน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ และต้องการบรรยากาศที่เป็นความสงบ ความเงียบ นอกจากนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ แต่เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีคุณภาพ และมีกำลังซื้อสูงมาก อย่างไรก็ตาม จังหวัดพังงายังคงประสบปัญหาของฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวน้อยอยู่
- **จังหวัดกระบี่** จากการที่จังหวัดกระบี่มีสนามบินนานาชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวกระบี่มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวียที่ชื่นชอบกิจกรรมและกีฬาต่าง ๆ ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย นักท่องเที่ยวจากเยอรมันเข้ามาเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ มีกลุ่มลูกค้าคนไทยเข้ามาใช้บริการสปาที่เป็นเดย์สปาเพิ่มขึ้น

จากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมองว่า พฤติกรรมการใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะไม่เหมือนกัน และมีจุดความอ่อนไหวต่างกัน ดังนี้คือ

- นักท่องเที่ยวเอเชียที่เป็นจีน ไต้หวัน เกาหลี มักเข้ามาใช้บริการสปาเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ตั้งแต่ 10 – 90 คน จึงหันมานิยมใช้บริการสปาที่เป็นเดย์สปาขนาดใหญ่ที่มีจำนวนเตียงและจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอ ไม่ต้องรอนาน และเดย์สปาขนาดใหญ่จะต้องมีการบริหารจัดการกับลูกค้ากลุ่มขนาดใหญ่ได้ดี ทั้งนี้การใช้บริการสปาจะผ่านการติดต่อจากบริษัทนำเที่ยว และถ้าเป็นการใช้บริการในจำนวนมากมาก บริษัทนำเที่ยวจะต้องมีการจองล่วงหน้าก่อนอย่างน้อย 1-2 สัปดาห์ เพื่อให้เดย์สปาได้มีการจัดเตรียมงาน วัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ และคนไว้ล่วงหน้า ลักษณะการใช้บริการสปาของลูกค้ากลุ่มนี้ แพคเกจสปาจะถูกกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบางครั้งอาจจะไม่ตรงตามสูตรของการบำบัดด้วยสปา แต่เป็นความพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ เนื่องจากเป็นกรุปทัวร์จึงมีเวลาที่จำกัดในการใช้บริการ และเน้นว่าจะต้องได้รับบริการสปาทุกอย่างเพื่อสร้างความรู้สึกให้ลูกค้าว่าได้ราคาประหยัด

ในส่วนของกรนวนลูกค้าเอเชีย โดยเฉพาะชาวจีนชอบกรนวนหนัก ๆ และส่วนใหญ่อื่นชอบกรนวนไทย

- นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น นิยมมาใช้บริการเป็นกลุ่ม 1-5 คน และใช้บริการโดยมีไกด์ของตัวเอง เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวทางด้าน การต้อนรับ ต้องการการต้อนรับที่ดีจาก สปาเป็นอย่างสูง และชอบสถานที่ที่กว้าง สบาย
- นักท่องเที่ยวยุโรป ยังถือได้ว่าเป็นลูกค้าคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงอยู่ นิยมหาข้อมูลก่อนเข้ามาใช้บริการ หรือบางครั้งมาจากปากต่อปาก ส่วนใหญ่ใช้บริการรีสอร์ตสปา ซึ่งเป็นสปา ในที่พักเอง บางครั้งจะเดินเข้ามาขอชมสถานที่ก่อนการตัดสินใจรับบริการสปา เป็นลูกค้า ที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรไทยอย่างมาก เช่น การขัดตัวด้วยขมิ้น มะขาม และให้ เห็นตัวสมุนไพรไทยในผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ได้เลย แต่อย่างไรก็ตาม ทางสถานบริการสปา ต้องระมัดระวังในเรื่องโครงสร้างผิวของลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ผิวแพ้ง่าย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับหน้ายังคงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ และส่วนใหญ่มักจะต้องนำเข้ามา จากต่างประเทศ ในส่วนของการนวดนักท่องเที่ยวยุโรปยังคงกลัวการนวดไทย ที่มองว่า การเป็นการนวดที่หนัก มีการตดกระดูก จึงยังต้องอาศัยการอธิบายจากผู้ให้บริการใน ข้อมูลที่ถูกต้อง ปัจจุบันการนวดที่ให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้เป็นการนวดไทยแบบราชสำนัก โดยเน้นว่าคนนวดเข้าต้องใช้มือในการนวดเท่านั้น บางแห่งใช้คำว่า รอยัล ไทย มาสซาจ (Royal Thai Massage) เป็นการนวดที่นุ่มนวล เน้นการผ่อนคลาย มีสปาหลายแห่ง ประยุกต์เตียงนวดไทยที่เดิมเป็นฟูกที่วางบนพื้น ซึ่งไม่ชินตาตามวัฒนธรรมตะวันตกมา เป็นการนวดไทยบนเตียงนวดน้ำมัน บางแห่งอาจออกแบบเตียงนวดไทยที่เป็นเหมือนเตียง ที่มีความสูงไม่มากนักเพื่อไว้ให้บริการนวดไทย
- นักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มที่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงกรีนซีซั่น นิยมการเสริม สวย และชอบเข้าใช้บริการของรีสอร์ตสปา นิยมการมาแบบครอบครัว และสถานบริการ สปาต้องเรียนรู้เงื่อนไขทางศาสนาของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วย เช่น ในการทำสปาหม หรือ ทำทรีทเม้นต์จะต้องเป็นลับส่วนตัว ไม่ให้คนกลุ่มอื่นโดยเฉพาะเพศชายเห็นหน้า สปาบาง แห่งจะต้องใช้ผ้าคลุมเพื่อความมิดชิด และจะต้องไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว้าวไปี นักสุขภาพ บำบัดจะต้องเป็นเพศเดียวกัน ลูกค้ากลุ่มนี้จะนิยมการเสริมสวยเป็นอย่างมาก
- นักท่องเที่ยวไทย เป็นกลุ่มที่นิยมใช้บริการสปามากขึ้น อาจจะอยู่ในรูปแบบของการเป็น สมาชิก คนไทยนิยมใช้เดย์สปา เพราะมองว่า เดย์สปามีความเป็นกันเองมากกว่า ไม่เป็น ทางการเหมือนกับรีสอร์ตสปา รวมทั้งคนไทยไม่นิยมเข้าโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นคนในกลุ่ม วิทยทำงาน นิยมการนวดไทย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะต้องมีการแปรรูปเรียบร้อยแล้ว ไม่นิยมใช้ สมุนไพรดิบ

5.2.5 การจัดการโซ่อุปทานในธุรกิจสปา (Supply Chain)

ในการจัดการธุรกิจสปานั้น จะมีธุรกิจอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เนื่องจากการทำธุรกิจสปาเป็นการลงทุนที่ต้องประสานกับกับองค์กรธุรกิจหลาย ๆ ประเภท เช่น ธุรกิจที่ผลิตอุปกรณ์ในสปา ธุรกิจที่เป็นแหล่งผลิตวัสดุที่ใช้ในธุรกิจสปา เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกที่ใช้ในบริการนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยมองว่าสปาของตนเองนั้นอยู่ในระดับใด โดยข้อมูลทั่วไปมองว่าสถานประกอบการสปามีอยู่ 3 ระดับด้วยกัน คือ

ระดับที่ 1 High luxury market

ระดับที่ 2 Upper middle market

ระดับที่ 3 Middle market

ดังนั้นในการ จัดทำธุรกิจสปานั้นมีการจัดการในด้านห่วงโซ่อุปทานโดยแบ่งตามระยะเวลา ดังนี้ คือ

1. การจัดการในช่วงก่อนการเปิดให้บริการสปาแก่ลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย
 - การสร้างและตกแต่งสถานที่ในการจัดทำธุรกิจสปา ซึ่งผู้ประกอบการในจังหวัดเขตอันดามันมักจะระบุว่าใช้เวลาในการออกแบบ และสร้างสถานที่ ประมาณ 2-3 ปี เงินลงทุนส่วนใหญ่มากกว่า 10 ล้านบาท ทั้งนี้ถ้าเป็นรีสอร์ทสปามักจะสร้างพร้อมกับที่พัก โดยผู้ตัดสินใจ และวางแผนมักจะเป็นผู้ประกอบการโรงแรม ทั้งนี้มักจะรับตำแหน่งผู้จัดการสปาที่มีประสบการณ์มาก่อนการเปิดให้บริการ เพื่อมาให้ความคิดเห็นด้านสถานที่ที่เหมาะสมกับการให้บริการสปา รวมทั้งวางแผนงานบริการสปาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต บางสถานประกอบการสปา จะสร้างสปาก่อนและให้บริการทางด้านสปาในรูปแบบเดย์สปา มาก่อนที่จะให้บริการทางด้านเป็นรีสอร์ท แต่เป็นส่วนน้อย
 - การติดตั้งวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการสปา เช่น สระน้ำ อ่างน้ำวน ห้องสตรีม ซาวน่า หรือบางสถานประกอบการสปาให้บริการด้านการบำบัดด้วยหินร้อน ก็ต้องมีการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ประเภทนี้ รวมทั้งการติดตั้งระบบไฟฟ้าที่มีกำลังเพียงพอสำหรับการรองรับเครื่องมือ หรืออุปกรณ์เหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพและปลอดภัย
 - การติดตั้งเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงาน หรือมีการจัดเก็บข้อมูลการให้บริการสปาได้ดี ทั้งในส่วนข้อมูลลูกค้า ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่ ที่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพื่อให้การบริการลูกค้ามีความรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น
2. การจัดการในช่วงการเปิดให้บริการสปา ซึ่งประกอบด้วย
 - การจัดการด้านผลิตภัณฑ์สำหรับหน้า ตัว และผลิตภัณฑ์กันแดด รวมถึงเครื่องสำอาง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับบริการของสปานั้น ๆ ว่ามีอะไรบ้าง บางสปาจะเน้นของไทย โดยเฉพาะ

สมุนไพรไทย จากการศึกษาพบว่า ในด้านสมุนไพรแล้ว สปามักจะใช้สมุนไพรไทยเป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า เพียงแต่ทางสปาจะสังเกตุลักษณะผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความชอบของลูกค้าแต่ละกลุ่ม สมุนไพรเหล่านี้อาจนำมาจากกลุ่มแม่บ้านหรือทางโรงพยาบาลอภัยภูเบศร์ หรือสปาบางแห่งจะผสมโดยมีสูตรของตัวเองที่มีการทดลองใช้แล้วไม่แพ้สำหรับผิวคนโดยทั่วไป สำหรับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับหน้า ในสปา ระดับสูงจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ เนื่องจากมองว่าผิวหน้าของลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศมีโครงสร้างผิวไม่เหมือนกับคนไทย และแพ้ง่าย ถ้าใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ อาจจะถูกปฏิเสธโดยลูกค้าได้

- ส่วนน้ำมันหอมระเหยส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการสปามักจะระบุว่าใช้ของบริษัทที่ผลิตในประเทศไทย แต่อาจจะเป็นบริษัทของคนต่างชาติด้วย ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านศาสตร์โรมาโดยตรง และผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำมัน เป็นวัสดุที่มาจากธรรมชาติ ซึ่งบริษัทประเภทนี้ปัจจุบันมักเข้ามาตั้งศูนย์กลางการขายในจังหวัดภูเก็ตมากขึ้น โดยที่อาจจะมีโรงงานผลิตในจังหวัดอื่น

สำหรับการสังเกตุผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในสถานประกอบการสปานั้น ในกรณีที่เป็นเดย์สปาขนาดเล็ก หรือรีสอร์ทสปามักสั่งเข้ามาในจำนวนน้อย เพราะจะได้ไม่มีปัญหาในการจัดเก็บ และมีการบันทึกการใช้ผลิตภัณฑ์แต่ละครั้งอย่างเป็นระบบ ในส่วนรีสอร์ทสปานั้น การจัดซื้อผลิตภัณฑ์จะเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดซื้อของทางโรงแรม โดยผู้จัดการสปาจะต้องมีการประสานงานในการซื้อโดยผ่านฝ่ายจัดซื้อ และในการเบิกใช้จะต้องมีการบันทึกการใช้งานด้วย แต่ถ้าเป็นเดย์สปา การจัดซื้อผลิตภัณฑ์จะเป็นหน้าที่ของผู้จัดการสปา และจะต้องเป็นผู้ลงบัญชีบันทึกข้อมูลการใช้เอง

- อุปกรณ์สำหรับการให้บริการเกี่ยวกับหน้าและตัว ซึ่งจะต้องมีปริมาณเพียงพอ และสามารถรองรับกับจำนวนผู้ใช้บริการได้
- การจัดการด้านธุรกิจสปากับบริษัทนำเที่ยว หรือโรงแรมที่ไม่มีบริการสปา โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจที่เป็นเดย์สปา หรือรีสอร์ทสปาที่อยู่ห่างไกลการเดินทางไม่สะดวก การจัดการด้านบริการสปานั้นอาจจะทำได้ดังนี้คือ

1) การนำเสนอบริการสปาในราคาที่สถานประกอบการสปานั้นรับได้ และให้ทางบริษัทนำเที่ยวไปขายบริการให้กับลูกค้าโดยมีการชาร์จค่าบริการเพิ่มเติม เช่น สถานประกอบการสปานำเสนอว่าแพคเกจสปา ราคา 1,000 บาท บริษัทนำเที่ยวอาจจะไปขายลูกค้าในราคา 1,500 บาท โดยแบ่งว่า 1,000 บาท สำหรับสถานประกอบการสปา 500 บาท สำหรับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะไม่รับรู้ว่า

บริษัทนำเที่ยวขายให้ลูกค้าในราคาเท่าใด เพียงแต่ว่าสปาสามารถยอมรับในราคาที่นำเสนอไปได้

- 2) การติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว ที่เป็นแพคเกจทัวร์ และให้บริการสปาเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในแพคเกจนั้น ส่วนราคาบริการสปานั้นเป็นที่ตกลงกันระหว่างสถานประกอบการสปากับบริษัทนำเที่ยว
- 3) ติดต่อโรงแรมที่ไม่มีบริการสปาว่า ให้ใช้บริการสปาในห้องพักระดับสูงของโรงแรม เพื่อให้แขกที่เข้ามาพักรู้สึกว่าเป็นของแถมของโรงแรม ทั้ง ๆ ที่ราคาของสปานั้นรวมกับค่าที่พักเรียบร้อยแล้ว
- 4) การติดต่อกับโรงแรมว่าถ้าลูกค้าของโรงแรมนั้นมาใช้บริการสปา จะมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้กับทางโรงแรม โดยบางครั้งสถานประกอบการสปาจะมีบริการรถรับส่งให้กับลูกค้าที่พักในโรงแรมด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกัน
- 5) การติดต่อกับรถโดยสาร ประเภทแท็กซี่ โดยมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้กับคนขับรถแท็กซี่ที่นำลูกค้ามารับบริการสปาด้วย

แต่ในส่วนของบริษัทสปา การติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวอาจจะมีน้อย เพราะส่วนใหญ่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสปาจะเป็นแขกที่พักในโรงแรมนั่นเอง และรู้ข้อมูลจากโบรชัวร์โปสเตอร์ ที่วางไว้ที่ล็อบบี้ โปสเตอร์ที่ติดในลิฟท์ หรือการจัดวางสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของสปา (Display) ที่ห้องล็อบบี้ของโรงแรม

- การจัดการด้านสิ่งพิมพ์ โฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะในระยะ 2-6 เดือนแรกของการเริ่มกิจการ ทั้งในส่วนของคนในจังหวัดหรือพื้นที่เอง หรือลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่า อินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นมากขึ้น และควรมีการเปิดให้รับจองทางอินเทอร์เน็ต

หลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในธุรกิจอันดามัน

การเลือกใช้อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สำหรับให้บริการแก่ลูกค้า ถือว่า เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจสปา ในการทำธุรกิจสปามองว่า วัสดุที่ใช้ในการตกแต่งสถานที่ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความดึงดูดใจให้กับลูกค้า แต่ไม่ใช่สิ่งที่จะจับลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ ผลิตภัณฑ์บวกกับความสามารถของผู้ให้บริการต่างหาก ที่จะเป็นตัวดึงให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นประจำ จากการศึกษาพบว่า บริษัทที่ธุรกิจสปาอันดามันเข้าไปเกี่ยวข้องนั้น มีลักษณะดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ข้อพิจารณาในการสั่งซื้อ ขนาดของบริษัท ที่เป็นตัวแทนจำหน่าย Professional Product และอุปกรณ์ Professional equipment ไม่จำเป็นต้องเป็นอุตสาหกรรมใหญ่โต สิ่งสำคัญ คือ ความมั่นคงของบริษัท และการบริการหลังการขาย

ตลอดแรงจูงใจในสินค้า เช่น ชื่อเสียง และความมั่นคงของบริษัทผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการสปาติดต่อมั่นคงพอ

2. การติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เทคนิคความสัมพันธ์แบบเพื่อน หรือคนรู้จักกัน ในการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์
3. มีการส่งของตรงเวลา โดยไม่เกี่ยงจำนวนของที่สั่งจะมีจำนวนมากหรือน้อย
4. มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องโดยตรง

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะระบุว่า บริษัทที่ทางสถานประกอบการสปาสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เคยจัดการอบรมให้ความรู้แก่ลูกค้า แต่จะมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ ทางสถานประกอบการสปาไม่สนใจว่าแพ็คเกจของผลิตภัณฑ์จะสวยงาม น่าดึงดูดใจหรือไม่ เพราะทางสปาจะนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมาจัดทำแพ็คเกจเอง และจะตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ตามความต้องการที่จะถ่ายทอดให้กับลูกค้าเอง แต่จะให้ความสนใจด้านราคา เช่น ราคาที่ขายจะต้องเป็นราคาส่ง และการส่งของจะต้องมีความรวดเร็ว สม่ำเสมอ

ในการสั่งซื้อน้ำมันหอมระเหยบางครั้ง ทางบริษัทอาจเป็นผู้เสนอผลิตภัณฑ์เอง จึงมีความเป็นไปได้ที่น้ำมันหอมระเหยในแต่ละที่อาจจะมีกลิ่นที่เหมือนกัน เพียงแต่ว่าทางสถานบริการสปามาจัดตั้งชื่อกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง แต่บางครั้งเป็นการสั่งน้ำมันหอมระเหยโดยสูตรของสปาแห่งนั้น แล้วทางบริษัทเป็นผู้ผสมให้ ทั้งนี้ทางสถานประกอบการสปาเองส่วนใหญ่มักจะหาจุดเด่น โดยการสร้างสูตรกลิ่นน้ำมันหอมระเหยที่เป็นของตัวเองแล้วสั่งให้ทางบริษัทผลิตให้ และสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จะใช้ น้ำมันหอมระเหย ประมาณ 4 กลิ่นเป็นอย่างน้อย ทั้งนี้ไม่ควรจะน้อยเกินไป และไม่ควรมากเกินไป จนทำให้ลูกค้าสับสน ในการนำเสนอกลิ่นแต่ละกลิ่นของน้ำมันหอมระเหยในสถานบริการสปา ผู้จัดการสปา หรือพนักงานจะต้องตอบปัญหาข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ด้วย จึงจะทำให้สปาแห่งนั้นมีความน่าเชื่อถือ และสามารถขายบริการสปาได้

5.2.6 ส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจสปา

ในการทำธุรกิจสปานั้น การวางแผนทางการตลาดมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยผู้ประกอบการต้องยอมรับว่า ธุรกิจสปาเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุน เพราะปัจจุบันคนหันมาให้ความสำคัญและความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพ ความสวย ความงามสูงมาก เมื่อธุรกิจสปาได้รับความนิยม คู่แข่งทางธุรกิจก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันในจังหวัดภูเก็ตมีสถานประกอบการสปามากกว่า 100 แห่ง ทั้งที่เป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจสปา และไม่เป็นสมาชิกของสมาคม ในขณะที่ธุรกิจสปาในจังหวัดกระบี่เองก็ได้รับความนิยมมากขึ้น เช่นเดียวกัน ดังนั้นการทำธุรกิจสปา ส่วนประสมทางการตลาดก็เป็นปัจจัยสำคัญ ในการวางแผนธุรกิจ โดยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในเขตอันดามันมีดังนี้คือ

1) บริการสปา

จากการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย พบว่า บริการสปาในเขตอันดามันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้บริการหลักที่สถานประกอบการสปาทุกแห่งให้บริการแก่ลูกค้า นั้น ประกอบด้วย การนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage) และการนวดไทย (Thai Massage) การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) การบำบัดด้วยน้ำและความร้อน (Hydro and Thermal Therapy)

ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ก็มีเข้ามาเสริมบ้าง เช่น การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage) การขัดผิวด้วยสมุนไพร การขัดผิวด้วยการห่อ (Body Scrub, Body Wrap /Mask) การทำทรีทเมนต์หน้า (Facial Treatment) การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, Shoulder and Head Massage) การนวดเท้า (Foot Reflexology)

การทำเล็บมือเล็บเท้า (Manicure / Pedicure) ส่วนใหญ่จะให้บริการในสถานประกอบการสปาขนาดเล็ก ส่วนรีสอร์ทสปาที่มีร้านเสริมสวยอยู่ด้วยจะไม่ให้บริการประเภทนี้

ทางด้านบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Food and Beverage) ทุกสถานประกอบการสปาจะใช้น้ำสมุนไพรในการเสิร์ฟลูกค้า เริ่มตั้งแต่การต้อนรับโดยเสิร์ฟเป็นน้ำสมุนไพรเย็น และเสิร์ฟสิ้นการบริการ จะเสิร์ฟด้วยน้ำสมุนไพรร้อน ในขณะที่ลูกค้านั่งพักผ่อนหลังการทำทรีทเมนต์

ในส่วนที่เป็นอาหารสุขภาพนั้น มักให้บริการในสถานประกอบการสปาที่เป็นเคอร์สพาสขนาดใหญ่ แต่จะต้องมีการสั่งจองล่วงหน้า เพื่อรวมกับแพคเกจทรีทเมนต์อื่น ๆ โดยอาหารที่จัดให้ นั้นเป็นอาหารที่ดูแลสุขภาพ รวมทั้งบางสปาให้การจดอาหารตามธาตุเจ้าเรือน และกรู๊ปเลือดให้กับลูกค้า และเน้นว่าเครื่องปรุงและวัตถุดิบที่ใช้เป็นของที่มาจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน ส่วนการบริการด้านอาหารสุขภาพในรีสอร์ทสปานั้น บางแห่งมักเอาไปรวมกับแพคเกจที่มีราคาสูงสุด และเป็นแพคเกจที่ใช้เวลานาน (Full Day Package) ซึ่งชื่อของแพคเกจนั้นจะตั้งชื่อไปตามที่ทางสปาแต่ละแห่งกำหนด ทั้งนี้ทางผู้จัดการสปาจะติดต่อประสานงานผ่านทางห้องอาหารของโรงแรมเอง

จากการที่มีการแข่งขันในธุรกิจสปาสูง การซ้ำกันของรูปแบบบริการสปานำไปสู่การเกิดสงครามราคาในหมู่สถานประกอบการสปา ดังนั้น สปาแต่ละแห่งจะต้องพยายามหา หรือคิดค้นบริการ สปาที่แปลกใหม่มาเสนอให้กับลูกค้าเสมอ ทั้งนี้เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงสงครามราคา ในปัจจุบันบริการสปาแบบใหม่ที่สถานประกอบการสปานำเสนอแก่ลูกค้า คือ การบำบัดด้วยหินร้อน (Warm Stone) แต่ขณะเดียวกันทางสถานประกอบการสปาก็ยังคงต้องรับภาระหนักในการฝึกพนักงานสุขภาพบำบัด ให้สามารถใช้เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ในการบริการสปาแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ ซึ่งเป็นไปได้ว่า ทุกคนไม่สามารถฝึกได้ชำนาญเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตามการคิดค้นบริการสปาแบบใหม่ ๆ ก็เป็นหนทางที่ดีที่สุด ที่จะทำให้สถานประกอบการสปาแห่งนั้นไม่มีปัญหาด้านการตัดราคา และทำให้สามารถหาจุดเด่นด้านบริการสปาของตัวเองได้

จากสาเหตุที่สถานประกอบการสปาแต่ละแห่ง สามารถที่จะให้บริการสปาในประเภทเดียวกันได้ และฝีมือของแต่ละที่ก็ยังไม่แตกต่างกันมากนัก การคิดค้นบริการสปาแบบใหม่ ๆ อาจจะไม่เป็นที่น่าสนใจของลูกค้า เนื่องจากในขณะนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบใช้บริการนวดน้ำมันหอมระเหย อีกทั้งสถานประกอบการสปาจะต้องรับภาระในการฝึกพนักงาน รวมทั้งอาจจะต้องลงทุนในเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการบริการสปาแบบใหม่ ซึ่งอาจจะมีราคาสูง เพราะฉะนั้นสถานประกอบการแต่ละที่จะต้องหันไปเน้นจุดขายในเรื่องการบริการที่让客户ประทับใจ การสร้างความรู้สึกที่ดีเมื่อมาใช้บริการสปาแห่งนี้ เป็นต้น ดังนั้น สถานบริการสปาบางแห่งจึงต้องสร้างแนวคิดใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น การนำมวยไทยไชยาเข้ามาสอนให้ลูกค้าที่สนใจ หรือการสอนให้ลูกค้าร้องเพลงมาลัย หรือบางครั้งมีของที่ระลึกให้กับลูกค้าติดไม้ติดมือกลับไป หรือการสร้างบรรยากาศของสถานที่ให้เหมือนบ้าน

2) การกำหนดอัตราค่าบริการ

จากการศึกษา พบว่า อัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาราคาต่ำสุดจะอยู่ที่ ราคา 200 บาทต่อ 30 นาที และราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 15,300 บาท ซึ่งจัดทำเป็นแพคเกจ ใช้เวลา ประมาณ 4 ชั่วโมง 30 นาที และเมื่อศึกษาด้านอัตราราคาของบริการสปาในแต่ละจังหวัด พบว่า อัตราราคาของบริการสปาในแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกันดังนี้

จังหวัดภูเก็ต อัตราค่าบริการสปาในจังหวัดนี้จะมีราคาที่ค่อนข้างสูง ราคาจะเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 800 - 5,800 บาท เพราะมีปัจจัยหลายตัวเข้ามาเป็นตัวกำหนดต้นทุน อาทิเช่น ค่าตอบแทนที่ต้องให้บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

จังหวัดพังงา ราคาค่อนข้างสูงกว่าที่ภูเก็ตเพราะส่วนใหญ่เป็นรีสอร์ทสปา เน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นชนยุโรป และแถบสแกนดิเนเวียโดยเฉพาะ ราคาจะอยู่ในค่าเฉลี่ยที่ 1,000 - 7,000 บาท ปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดราคา คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์จากต่างประเทศ และบริการที่เน้นลูกค้าเป็นสำคัญ โดยถือหลักว่าเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของลูกค้า ลูกค้ามีกำลังซื้ออย่างน้อยเท่าไร สถานที่ของสถานบริการสปา และราคาห้องพักอยู่ในระดับใด

จังหวัดกระบี่ จะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องคือประเภทแพคเกจที่กำหนดไว้ในเมนู มีความหลากหลาย ราคาบริการจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 700 - 5,500 บาท

สำหรับปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดอัตราค่าบริการของสถานบริการสปานั้น ระหว่างเดย์สปา และรีสอร์ทสปา มีปัจจัยแตกต่างกันดังนี้ คือ

- ปัจจัยที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดราคาของเดย์สปา ประกอบด้วย ต้นทุนผลิตภัณฑ์ วัสดุต่าง ๆ ต้นทุนด้านสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าจ้างพนักงาน ค่าชั่วโมงของพนักงาน และบางส่วนค่าตอบแทนของบริษัทนำเที่ยวนั้น แต่บางครั้งทางสถาน

ประกอบการสเปนผู้กำหนดราคาที่ยอมรับได้ แล้วบริษัทนำไปเพิ่มจำนวนราคาเองเมื่อนำเสนอให้กับลูกค้า

- ปัจจัยที่เข้ามามีส่วนกำหนดราคาของรีสอร์ทสปา ประกอบด้วย ต้นทุนทั่วไปทั้งในสวนผลิตภัณฑ์ สาธารณูปโภค ค่าจ้างพนักงาน ระดับของโรงแรม ระดับของลูกค้า ชื่อเสียงของสปา ความสอดคล้องราคาห้องของโรงแรมนั้น เช่น ถ้าราคาห้องสูงมากแต่ราคาบริการสปาต่ำเกินไป จะดูเป็นสปาที่คุณภาพต่ำ แต่ถ้าค่าห้องพักไม่สูง แต่ราคาของสปาสูง จะถูกมองว่าราคาแพง เป็นต้น

3) การจัดการด้านสถานที่บริการสปา

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักมองว่าทำเลที่ตั้งเป็นธรรมชาติ การคมนาคมสะดวก ทั้งนี้สถานที่มักเป็นตัวอย่างลักษณะของผู้ใช้บริการด้วย ดังนี้

- สถานประกอบการสปาที่ตั้งในเขตตัวเมืองจังหวัด ผู้ใช้บริการมักจะเป็นคนไทย และเป็นคนในพื้นที่ ผสมกับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย สำหรับลูกค้าที่เป็นคนไทย ใช้วิธีการขายเป็นแพคเกจ เน้นการนวดไทย ในราคาที่คนไทยรับได้ บางแห่งรับสมัครเป็นสมาชิกรายปีด้วย ในส่วนของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเอเชีย มักเข้ามาโดยการแนะนำของมัคคุเทศก์ หรือบางครั้งผ่านบริษัทนำเที่ยว และสถานประกอบการสปาที่ตั้งในเมืองส่วนใหญ่มักเป็นเดย์สปา ทั้งนี้มองว่าจุดเด่นของสปาที่ตั้งอยู่ในเมือง การเดินทางไปมาสะดวก และสามารถจัดบรรยากาศให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความร่มรื่น เย็น ทั้ง ๆ ที่อยู่ในเขตเมือง ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจได้ทันที และคนไทยไม่นิยมเข้าไปใช้บริการสปาในโรงแรม เพราะมีความรู้สึกว่าการบริการของรีสอร์ทสปาไม่เป็นกันเองเท่ากับเดย์สปา
- สถานประกอบการสปาที่ตั้งอยู่เขตชายทะเล หรือแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน จังหวัดภูเก็ต ชายหาดบริเวณเขาหลัก แหลมปะการัง จังหวัดพังงา และชายหาดอ่าวพระนาง หรือบนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวมักจะเป็นรีสอร์ทสปา ผู้ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการมองว่าการมีที่ตั้งในแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างจุดขายได้ รวมทั้งเอื้อต่อการออกแบบสถานที่ให้สร้างบรรยากาศ โดยการตั้งธรรมชาติที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ในการให้บริการสปา เช่น การให้ลูกค้ามองเห็นวิวภูเขา ทะเล รวมทั้งได้ฟังเสียงคลื่น เสียงฝน ในขณะที่ใช้บริการสปา

สำหรับรูปแบบการออกแบบสถานที่ของสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่ ยังไม่มีความหลากหลายมากนัก ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักระบุว่าเป็นรูปแบบของบาหลีสผสมกับแนวสมัยใหม่ และมักจะใช้สีโทนอบอุ่นที่มีชื่อเสียงมาออกแบบสถานที่ วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีเป็นวัสดุธรรมชาติ

เช่น เสาไม้สักทองขนาดใหญ่ หลังคามุงด้วยหญ้า การใช้ไม้เป็นหลักในการก่อสร้างสถานที่ ผสมกับวัสดุที่แข็งแรง เช่น ปูน กระเบื้อง บางแห่งใช้หลักในการออกแบบว่า ในปัจจุบันคนเรานิยมหันกลับไปสู่ธรรมชาติมากขึ้น สถาปัตยกรรมบางแห่งจึงไม่ปูกระเบื้อง และนิยมปลูกต้นไม้ และมีน้ำเป็นส่วนประกอบภายในเพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

สรุปโดยภาพรวมสถานประกอบการสปา ออกแบบสถานที่เป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนของการต้อนรับ เป็นจุดที่ลูกค้าเข้ามาก่อน และนำเสนอบริการสปาให้กับลูกค้า
2. ส่วนของการทำทรีทเมนต์
3. ส่วนของจุดพักผ่อนลูกค้าหลังการรับบริการ

นอกเหนือจาก 3 ส่วนนี้ ก็คือ การสร้างความแตกต่างด้านการตกแต่งที่เป็นรายละเอียดเล็กน้อยแต่เป็นเสน่ห์ของสถานประกอบการสปา เช่น การจัดดอกไม้ที่ใช้ดอกไม้ในท้องถิ่น การใช้วัสดุธรรมชาติ การสร้างแนวคิดในการตกแต่งรายละเอียด เช่น การสร้างสไตล์ที่เป็นบ้านเรือนไทย การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ให้เหมือนกับร้านกาแฟในจังหวัดภูเก็ตในอดีต เป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด

ในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาอันดามันนั้น จะมีรูปแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการผสมกัน โดยการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาที่มีอยู่เป็นดังนี้

1. การติดต่อผ่านคนกลางในลักษณะของการให้ค่าตอบแทน ซึ่งส่วนใหญ่คนกลางในลักษณะนี้มักเป็นบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ รวมทั้งรถแท็กซี่ ซึ่งค่าตอบแทนจะเป็นที่ตกลงกัน ส่วนใหญ่จะเป็นราคามาตรฐานที่กลุ่มผู้ประกอบการจะทราบอย่างไม่เป็นทางการ
2. การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้มีลักษณะการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าดังนี้
 - การสื่อสารในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ มักเป็นการมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทย ลักษณะกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ที่บางสถานประกอบการสปาทำอยู่ เช่น นำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบริการสปาออกบูธร่วมกับการแสดงสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ การออกบูธให้บริการ สปาร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงสาธารณสุข การเป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาดูงานของสถานศึกษา หรือหน่วยงานภาครัฐ หรือบางครั้งเป็นการร่วมออกโรดโชว์ที่ต่างประเทศร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด แต่ทั้งนี้จะต้องมีการจ่ายเงินในการออกบูธด้วย และมีเทคนิคการประชาสัมพันธ์โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักแสดง นางแบบ หรือผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านธุรกิจสปาเข้ามาใช้บริการสปาของหน่วยงาน เพื่อทำให้เป็นข่าว
 - การสื่อสารโดยการซื้อโฆษณา และการผลิตสื่อโฆษณา โดยนิยมทำใบปลิว แผ่นพับ และเว็บไซต์ รวมทั้งการจัดวางผลิตภัณฑ์สปาในห้องลิบบี้ของโรงแรม จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องนั้น

บางครั้งไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการ และการโฆษณาผ่านสื่อที่มีกลุ่มลูกค้าโดยตรงอ่าน เช่น นิตยสารต่างประเทศ หรือนิตยสารของการบินไทย ค่าโฆษณามักมีราคาแพงโดยผู้ประกอบการมองว่า บางครั้งการโฆษณาในบางสื่อไม่มีความจำเป็น การซื้อพื้นที่นิตยสารของคนไทยก็ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ดังนั้นในการซื้อโฆษณา โดยเฉพาะรีสอร์ททสปา จะคำนึงถึงพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

ในปัจจุบัน เว็บไซต์มีส่วนสำคัญในการทำโฆษณาด้วยเช่นกัน และสปาทุกแห่งจะมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ในส่วนของรีสอร์ททสปา ข้อมูลของสปาจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์ของรีสอร์ท

การบอกเล่าแบบปากต่อปากของลูกค้าเป็นจุดสำคัญให้มีผู้ใช้บริการสปามากขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

- การส่งเสริมการขาย โดยการลด หรือใช้เทคนิคการขายอื่น ๆ เช่น การจัดทำแพคเกจของสปา โดยคิดเป็นราคาพิเศษ การรวมค่าบริการสปาในค่าห้องพักเรียบร้อยแล้ว โดยมีการระบุประเภทของสปาที่ให้บริการ แต่ถ้าลูกค้าต้องการนอกเหนือจากนี้จะต้องมีการจ่ายเพิ่มเติมบ้าง การนำเสนอให้ใช้บริการสปาในแพคเกจทัวร์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในเอเชีย และได้รับความนิยมมากขึ้น

5.2.7 การบริหารจัดการธุรกิจสปา

ในส่วนของบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามัน ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นในการศึกษา เป็นการจัดโครงสร้างองค์กร และการจัดการทรัพยากรบุคคล

1) การจัดโครงสร้างองค์กร

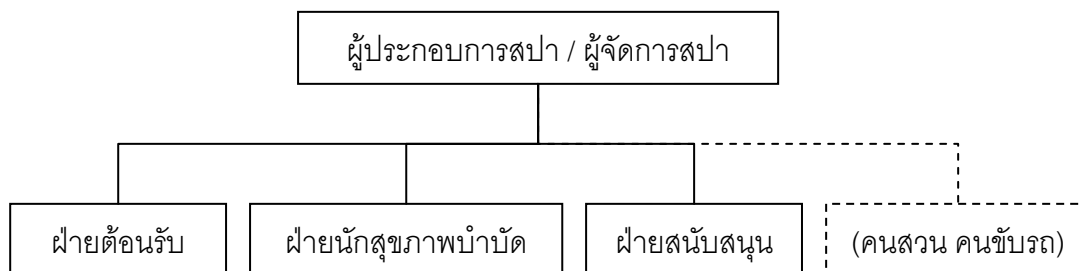
จากการศึกษา พบว่า สถานประกอบการสปาในเขตอันดามันมีขนาดองค์กรที่แตกต่างกัน การจัดแบ่งประเภทของสถานบริการสปาอันดามัน สามารถมองได้หลายแบบ เช่น การแบ่งเป็นเดย์สปาหรือรีสอร์ททสปา หรือการแบ่งตามจำนวนเตียงที่ให้บริการ หรือการแบ่งตามจำนวนพนักงานที่ให้บริการ หรืออาจแบ่งตามลักษณะสถานที่ที่ให้บริการ แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถแบ่งประเภทของสถานประกอบการสปาตามโครงสร้างการจัดการองค์กรดังนี้

- เดย์สปา ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท คือ เดย์สปาขนาดเล็ก และเดย์สปาขนาดใหญ่
- รีสอร์ททสปาที่เป็นการเช่าพื้นที่ในโรงแรม
- รีสอร์ททสปาซึ่งเป็นการบริหารจัดการโดยทางโรงแรมเอง

จากการศึกษา พบว่า ในสถานประกอบการสปาแต่ละประเภทข้างต้น มีรายละเอียดในการจัดโครงสร้างองค์กรดังนี้

โครงสร้างการจัดองค์กรของเดย์สปาขนาดเล็ก / รีสอร์ทสปาที่เป็นการเช่าพื้นที่ในโรงแรม

เดย์สปาขนาดเล็กที่มีจำนวนเตียงที่ให้บริการไม่เกิน 20 เตียง สามารถรองรับจำนวนลูกค้าได้ไม่เกิน 10 คนต่อครั้ง ถ้ามีลูกค้าเป็นจำนวนมากจะต้องให้ลูกค้ารอ หรือนัดหมายเวลาไว้ล่วงหน้า หรืออาจจะต้องหากิจกรรมอื่น ๆ ให้ลูกค้าทำก่อนเข้ารับบริการสปา โครงสร้างของสถานประกอบการสปาประเภทนี้สามารถจัดเป็นแผนภูมิได้ดังภาพที่ 5.1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 แผนภูมิโครงสร้างองค์กรของเดย์สปาขนาดเล็ก

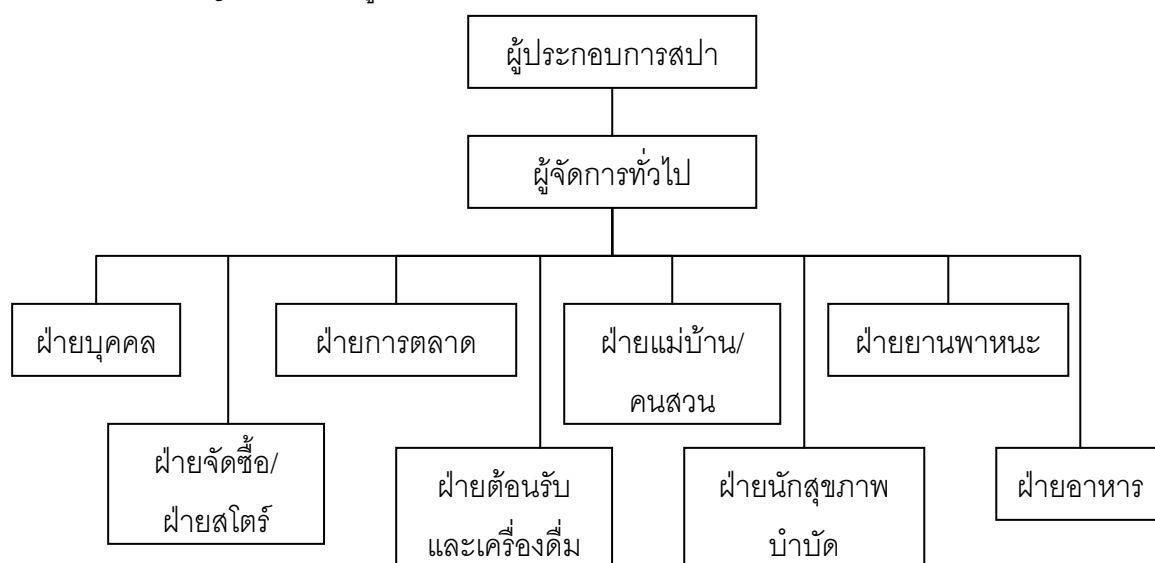
แต่ละตำแหน่งในเดย์สปาขนาดเล็กมีคุณสมบัติและภาระงาน ดังต่อไปนี้

- 1) **ผู้ประกอบการสปา/ผู้จัดการสปา** ในธุรกิจเดย์สปาขนาดเล็ก ผู้ประกอบการสปามักจะเป็นผู้จัดการ สปาเอง และส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการสปาที่ผ่านการสอบผู้ดำเนินการสปาโดยกระทรวงสาธารณสุขมาเรียบร้อยแล้ว หน้าที่ผู้จัดการสปาแบบนี้ เปรียบเทียบเท่ากับผู้จัดการทั่วไป ภาระงานจะต้องดูแลทั้งองค์กร คือ การจัดเวรและดูแลพนักงานทั้งหมด การกำหนดอัตราเงินเดือนพนักงาน การฝึกอบรมพนักงาน การจัดซื้อผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาวัสดุอุปกรณ์ในการบริการ การทำบัญชี และเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งการทำการตลาดด้วย การแนะนำข้อมูลและนำเสนอสปาเมนูให้กับลูกค้า ดังนั้นผู้จัดการสปาประเภทนี้จะต้องมีความรอบรู้ และมีความสามารถบริหารจัดการพนักงานได้ดี
- 2) **พนักงานต้อนรับ** ในสถานประกอบการสปาที่เป็นเดย์สปาขนาดเล็กจะมีจำนวนไม่มากนัก อาจจะมีเพียง 1 คน หรือ 2 คนเท่านั้น คุณสมบัติของพนักงานต้อนรับที่สำคัญนอกเหนือจากการมีบุคลิกภาพที่ดี รักในงานบริการแล้ว คือ ต้องมีความรู้ในเรื่องของการบริการสปา เนื่องจากต้องเป็นผู้นำเสนอสปาเมนูให้กับลูกค้า สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ บางครั้งพนักงานต้อนรับจะต้องรับหน้าที่ในการเสิร์ฟน้ำและผ้าเย็นให้กับลูกค้า เพราะเป็นด่านแรกในการให้บริการ และจะต้องเป็นผู้รับชำระเงินหลังจากที่ลูกค้าใช้บริการแล้วด้วย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะระบุว่า หาพนักงานต้อนรับได้ยาก
- 3) **พนักงานสุขภาพบำบัด** ส่วนใหญ่ในการรับพนักงานสุขภาพบำบัดเข้ามา จะต้องมีการสอนและฝึกอบรมก่อนจากผู้จัดการสปา หรือบางครั้งจากนักสุขภาพบำบัดที่ทำงานมาก่อนและได้รับมอบหมายจากผู้จัดการสปา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ทำานวดที่เป็นรูปแบบเดียวกัน ในส่วนของคุณสมบัติของนักสุขภาพบำบัดนั้น ผู้จัดการสปามักเน้นในเรื่องทัศนคติของการ

ทำงานมากกว่าการทักษะพื้นฐานด้านการนวด เพราะทักษะด้านการนวดสามารถฝึกได้
 ในระยะเวลาอันสั้น แต่ทัศนคติจะต้องใช้เวลาในการปรับบาน และอาจจะปรับไม่ได้โดย
 สรุปได้ว่า ในโครงสร้างการจัดองค์กรของเดย์สปาขนาดเล็กนั้น ทุกตำแหน่งจะไม่มีหน้าที่
 ตายตัว ทุกคนในองค์กรจะต้องช่วยกันทำงาน และสร้างบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้ามากที่สุด

โครงสร้างการจัดองค์กรของเดย์สปาขนาดใหญ่

ปัจจุบันเดย์สปาขนาดใหญ่มีเพิ่มจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตจังหวัดภูเก็ต มุ่งเน้นกลุ่ม
 ลูกค้าที่เป็นกรุ๊ปทัวร์ มีจำนวนเตียงที่ให้บริการมากกว่า 20 เตียง สามารถรองรับจำนวนลูกค้าได้เป็น
 จำนวนมาก มีจำนวนพนักงานมากกว่า 100 คน และจากการศึกษาพบว่า การจัดโครงสร้างองค์กรของ
 เดย์สปาขนาดใหญ่เป็นดังแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 5.2 แผนภูมิโครงสร้างองค์กรของเดย์สปาขนาดใหญ่

เนื่องจากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ภาระหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งจะเฉพาะด้าน โดยแต่ละ
 ตำแหน่งมีภาระงานต่อไปนี้

- **ฝ่ายบุคคล** มีภาระงานในการจัดหาพนักงานที่เกี่ยวข้อง และดูแลเรื่องเงินเดือนของ
 พนักงาน ต้องมีความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
- **ฝ่ายการตลาด** รับผิดชอบงานด้านการติดต่อกับลูกค้า การหาลูกค้าเข้ามาใช้บริการสปา
 การติดต่อบริษัทนำเที่ยว มีคฤหาสน์ รวมถึงโรงแรม เพื่อให้ลูกค้าเข้าใช้บริการ บางครั้งการ
 ทำการตลาดจะเป็นหน้าที่ของผู้จัดการสปาด้วย ดังนั้นพนักงานด้านการตลาดจะต้องมี
 บุคลิกภาพดี มีความรู้ด้านการขาย
- **ฝ่ายแม่บ้าน คนสวน** ดูแลความสะอาดของสถานที่ และจัดทำสวนตามแนวคิดของ
 ผู้บริหารสปา

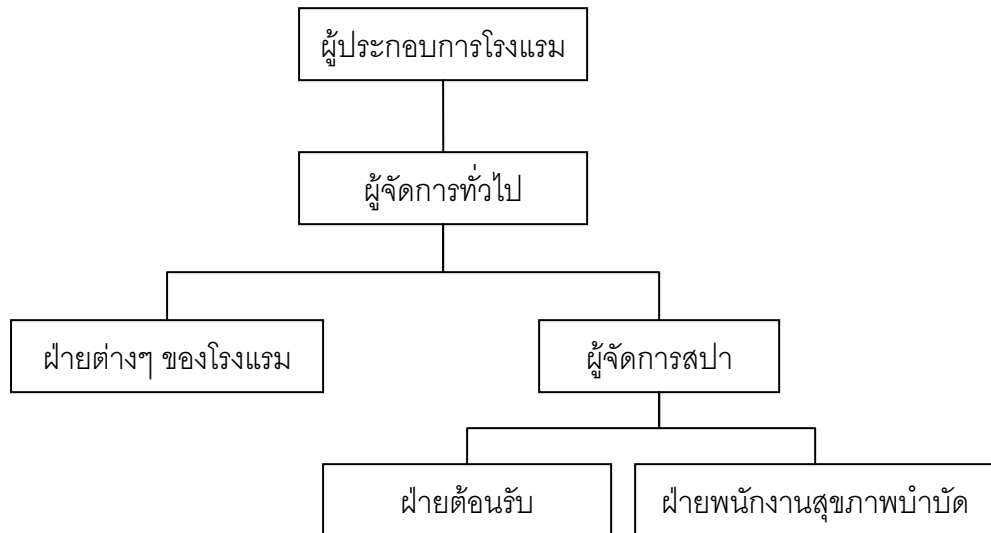
- ฝ่ายยานพาหนะ รับผิดชอบด้านขับรถไปรับลูกค้าตามโรงแรมต่าง ๆ
- ฝ่ายจัดซื้อ รับผิดชอบด้านการจัดซื้อผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ในการบริการสปา จัดเก็บข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ ต้องมีความรู้ด้านบัญชี และมีทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์
- ฝ่ายต้อนรับ เป็นการบริการส่วนหน้า ทำหน้าที่ทักทาย และให้การต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เสิร์ฟน้ำสมุนไพร ผ้าเย็น นำเสนอสปาเมนู ให้ข้อเสนอแนะ และตอบข้อซักถามของลูกค้า ประสานบริการสปาที่ลูกค้าเลือกกับฝ่ายทำทรีทเมนต์ และส่งลูกค้าเมื่อเสร็จสิ้นการบริการ คุณสมบัติของพนักงานต้อนรับนอกเหนือจากการมีบุคลิกภาพดี และการบริการที่ดีคือ ต้องมีความรู้ด้านบริการสปา สามารถอธิบายแก่ลูกค้าได้ มีความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ หรือภาษา อื่น ๆ ที่เป็นภาษาที่ลูกค้าใช้ในการสื่อสาร เป็นอย่างดี
- ฝ่ายนักสุขภาพบำบัด เป็นฝ่ายที่ให้บริการลูกค้า โดยเริ่มตั้งแต่การไปรับผลิตภัณฑ์ที่ฝ่ายสโตร์ จัดเตรียมห้อง วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการให้บริการ ทำทรีทเมนต์ต่าง ๆ ตามความต้องการของลูกค้า ส่งลูกค้ามาที่จุดพักผ่อน เสิร์ฟน้ำหลังการรับบริการ ประสานงานกับฝ่ายต้อนรับในการชำระเงินของลูกค้า คุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีทักษะทางการนวด การทำทรีทเมนต์ตามรูปแบบมาตรฐานของสถานประกอบการนั้น ๆ มีความรู้ทางด้านบริการสปา และมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ

สรุปได้ว่า ในองค์กรที่เป็นเดย์สปาขนาดใหญ่ ผู้บริหารจะต้องมีความสามารถ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้จัดการสปา มักจะมีประสบการณ์ทางด้านธุรกิจสุขภาพมาเป็นอย่างดี มีความสามารถทางการตลาด ผู้จัดการสปาประเภทนี้มักมีประสบการณ์การทำงานมาจากการเป็นผู้จัดการสปาในเดย์สปาขนาดเล็กมาก่อน

ในการทำงานในเดย์สปาขนาดใหญ่ ผู้วิจัย พบว่า การติดต่อสื่อสาร และการประสานงานร่วมกันของฝ่ายต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด มีเทคนิคหลายอย่างที่พนักงานต้องเรียนรู้ร่วมกัน เช่น ต้องรู้จักสถานที่ทั้งหมดขององค์กร เนื่องจากสปาบางแห่งมีขนาดใหญ่มาก การดูแลพนักงานให้มีคุณภาพในงานบริการ เป็นทักษะที่ผู้จัดการสปาจะต้องรับผิดชอบสูงมาก และเนื่องจากมีพื้นที่ขนาดใหญ่ สปาประเภทนี้จึงต้องการเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน ทั้งในส่วนของการเก็บข้อมูล และการติดต่อสื่อสารระหว่างฝ่ายต่าง ๆ มากขึ้น

โครงสร้างการจัดองค์กรของรีสอร์ทสปา

รีสอร์ทสปา มีลักษณะเฉพาะทางด้านการจัดการองค์กรเช่นเดียวกับเดย์สปาขนาดใหญ่ เนื่องจากสปาเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม นโยบายของฝ่ายสปาจะต้องขึ้นอยู่กับนโยบายของโรงแรม ด้วยการศึกษพบว่า การบริหารจัดการโครงสร้างองค์กรของรีสอร์ทสปาในเขตอันดามันเป็นดังแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 5.3 แผนภูมิโครงสร้างองค์กรของรีสอร์ตสปา

ในการจัดโครงสร้างองค์กรแผนกสปาของรีสอร์ตสปานั้น มีตำแหน่งงานที่สำคัญดังนี้

- **ผู้จัดการสปา** จากการศึกษาพบว่าผู้จัดการสปาในรีสอร์ตสปามักก้าวมาจากนักสุขภาพบำบัด โดยเฉพาะการผ่านงานนักสุขภาพบำบัดจากสปาชื่อดัง เช่น บันยันทีสปา และส่วนใหญ่จะต้องมีประสบการณ์การอบรมความรู้เพิ่มเติม หรือการหาประสบการณ์เพิ่มเติมจากการทำงานด้านสุขภาพจากต่างประเทศ คุณสมบัติที่สำคัญของผู้จัดการสปาแบบนี้ คือ มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ มีความรู้ทางด้านการบริหารที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีความรู้ด้านการจัดการ และทักษะสำคัญของการบริการสปา มีประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจสุขภาพ รวมทั้งสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษทั้งในเชิงของการพูด อ่าน เขียน ได้เป็นอย่างดี มีเทคนิคทางการสื่อสาร สามารถประสานงานร่วมกับผู้อื่นได้ บางโรงแรมจะรับผู้จัดการสปาที่ผ่านการทดสอบภาษาอังกฤษของ TOEIC โดยเฉพาะสปาในกลุ่มโรงแรม 5 ดาว

หน้าที่รับผิดชอบของผู้จัดการสปาในรีสอร์ตสปานั้น จะดูแลรับผิดชอบฝ่ายสปาของโรงแรมโดยตรง ทั้งนี้ คือ ดูแลการทำงานของนักสุขภาพบำบัด พนักงานต้อนรับ การสั่งของโดยผ่านฝ่ายจัดซื้อของโรงแรม การจัดทำและออกแบบแพคเกจสปาให้กับโรงแรม การดูแลทั่วไปเกี่ยวกับสปาของโรงแรม

ถึงแม้ว่าหน้าที่ของผู้จัดการสปาจะดูแลฝ่ายสปาของโรงแรมเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องมีการประสานงานจากฝ่ายอื่น ๆ ของโรงแรมสูงมาก เช่น จะต้องเข้าใจนโยบายโดยรวมของทางโรงแรม ประสานงานกับฝ่ายขายของโรงแรมในเรื่องของการจัดทำโปรโมชั่น ประสานงานกับพนักงานต้อนรับของโรงแรมในกรณีที่มีแขกต้องการเข้ามาใช้บริการสปา และต้องการรู้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อจะได้บริการได้ตรงตามความต้องการของ

ลูกค้าจริง ๆ การประสานงานกับฝ่ายแม่บ้านในการดูแลความสะอาดของแผนกสปา การประสานงานกับฝ่ายจัดซื้อในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการสปา เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะต้องเข้าร่วมการทำกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่ทางโรงแรมกำหนดขึ้นด้วย

- **พนักงานต้อนรับ** ส่วนใหญ่พนักงานต้อนรับในรีสอร์ตสปานั้นจะมี 1-2 คน และต้องสามารถทำงานทดแทนกันได้ หน้าที่ของพนักงานต้อนรับ คือ ทำการต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เสิร์ฟน้ำสมุนไพร ผ้าเย็น นำเสนอสปาเมนู และรวมไปถึงการเข้าไปประสานงานกับนักสุขภาพบำบัดในการให้บริการลูกค้า ถ้านักสุขภาพบำบัดไม่ว่าง พนักงานต้อนรับจะต้องมีการจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ หรือห้องสำหรับการให้บริการสปาด้วย รวมทั้งการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรหลังการทำทรีทเมนต์ของลูกค้าและการรับชำระเงินของลูกค้า คุณสมบัติสำคัญของพนักงานต้อนรับ คือ มีบุคลิกภาพดี รักในงานบริการ มีความรู้ความสามารถทางด้านบริการสปา รู้ข้อมูลในการทำทรีทเมนต์ต่างๆ ของสปา และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

ในกรณีที่เป็นโรงแรมเปิดใหม่ การมีพนักงานมากเกินไปอาจจะสิ้นเปลือง ดังนั้นโรงแรมที่เปิดใหม่ ลูกค้ายังไม่มาก มักจะไม่ใช้พนักงานต้อนรับ หน้าที่ในการต้อนรับลูกค้าจะเป็นของผู้จัดการสปา และนักสุขภาพบำบัด

- **พนักงานสุขภาพบำบัด** ส่วนใหญ่รีสอร์ตสปามักมีจำนวนนักสุขภาพบำบัด 5-10 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของงานสปาของโรงแรมนั้นๆ ส่วนใหญ่ในการรับสมัครพนักงานสุขภาพบำบัดมาใหม่นั้น ทางโรงแรมจะต้องมีการสอนทฤษฎี การทำทรีทเมนต์ต่าง ๆ ตามมาตรฐานที่โรงแรมต้องการ ถ้าเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว จะต้องมีการอบรมในระยะเวลาหนึ่ง และมีการสอบทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ รวมทั้งการทดสอบภาษาอังกฤษก่อนนำเข้าการทำงานจริง แต่ถ้าเป็นโรงแรมโดยทั่วไป อาจจะมีการจ้างผู้ฝึกอบรมไว้สำหรับการฝึกอบรมพนักงานใหม่ โดยใช้ระยะเวลา 1-2 เดือน พนักงานสุขภาพบำบัดที่เข้ามาใหม่ทุกคนจะต้องผ่านการฝึกจากทางโรงแรมก่อน ถึงแม้ว่าพนักงานคนนั้นจะมีทักษะการนวดมาก่อนแล้วก็ตาม ทั้งนี้เพราะทางโรงแรมต้องการการให้บริการที่เป็นลักษณะเฉพาะของโรงแรมเอง และเป็นมาตรฐานเดียวกัน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับคุณสมบัติของนักสุขภาพบำบัด ที่ทางโรงแรมต้องการนั้น พบว่า โรงแรมทุกแห่งต้องการนักสุขภาพบำบัดที่มีเจตคติในการทำงานบริการที่ดี มีใจรักในงานบริการ มากกว่าที่จะมีประสบการณ์มาก เพราะทักษะการนวดเป็นสิ่งฝึกสอนกันได้ รวมทั้งทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษนั้นทางโรงแรมจะมีประโยคสำคัญ ๆ ที่ให้นักสุขภาพบำบัดพูดกับลูกค้าอยู่แล้ว

2) การจัดการทรัพยากรบุคคล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล ในประเด็นดังต่อไปนี้

2.1) การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร จากการศึกษาพบว่า การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรของธุรกิจสปาในอันดามันมีหลากหลายแบบ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- เดย์สปา มักรับสมัครบุคลากรโดยใช้ป้ายประกาศ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ทั้งนี้ ในวงการสปา พนักงานจะมีการหมุนเวียนสูง และพนักงานจะมีความรู้ในการรับสมัครงานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บางสปาอาจจะติดต่อผ่านทางสำนักจัดหางานของจังหวัดนั้น ๆ
- รีสอร์ทสปา เป็นหน้าที่ของฝ่ายบุคคลของโรงแรมในการรับสมัครพนักงาน ทั้งนี้ส่วนใหญ่มักรับสมัครในหน้าสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ เมื่อมีผู้สมัครเข้ามาทางฝ่ายบุคคลจะเป็นผู้สัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น และจะส่งพนักงานคนนั้นมาให้ผู้จัดการสปาสัมภาษณ์ในด้านทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานด้านการบริการสปาและผู้จัดการสปาจะเป็นผู้ตัดสินใจรับพนักงาน
- สปาบางแห่งใช้วิธีการในการไปจัดหาคนทำงาน จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ เนื่องจากมองว่าบุคลากรที่มาจากภาคเหล่านี้มีความนุ่มนวล และสามารถฝึกให้ทำงานบริการได้ดี

2.2) การคิดค่าตอบแทน เงินเดือนสำหรับบุคลากร

- เดย์สปา มีระบบการให้เงินเดือน โดยที่มีเงินเดือนเริ่มต้นของพนักงานอยู่ที่ระดับ 5,000 -6,000 บาท นอกเหนือจากนี้พนักงานจะได้ค่าชั่วโมงในการทำงาน ชั่วโมงละ 50-80 บาท ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร ส่วนค่าสมนาคุณจากลูกค้านั้นให้เป็นรายหัว เนื่องจากมองว่าถ้าใครบริการได้ดีคนนั้นย่อมได้รับรางวัลที่ดี นอกจากนี้ยังมีสวัสดิการส่วนใหญ่ คือ ชุดยูนิฟอร์ม ที่พัก รวมทั้งอาหาร 2 มื้อในสปาบางแห่งด้วย ทั้งนี้สปาบางแห่งให้เงินเดือนตามระดับความสามารถของพนักงานด้วย
- รีสอร์ทสปา มีระบบการตั้งเงินเดือน โดยที่มีเงินเดือนเริ่มต้น 5,000 - 6,000 บาท และมีค่าเซอร์วิสของทางโรงแรมด้วย ทิปที่ได้รับรายคน สวัสดิการที่ได้ คือ ชุดยูนิฟอร์ม ที่พัก และอาหาร

3) การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจสปา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมักต้องการพัฒนาด้านทักษะการสื่อสารของพนักงาน และพัฒนาด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของสปาต่าง ๆ ที่ใช้ รวมทั้งผลกระทบที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

ในส่วนของ การจัดอบรมนั้น สปาบางแห่งมองว่า การอบรมเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น การใช้ภาษาทางสปาจะแก้ปัญหาโดยการมีประโยคสำเร็จรูปในการสื่อสารกับลูกค้า ในส่วนของทักษะการนวดหรือการบำบัดนั้น สถานประกอบการสปาที่มีประสบการณ์มักจะมีความรู้ก้าวไกลไปมากกว่าหน่วยงาน

ทางภาครัฐที่จัดการอบรมให้ ในส่วนของความสะอาดต่าง ๆ ถ้าเป็นสปาในโรงแรมนั้นจะอิงตามความสะอาดตามมาตรฐานของทางโรงแรมอยู่แล้ว

ส่วนในเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจสปา สปาบางแห่งจ้างบริษัทที่ปรึกษาซึ่งเป็นมืออาชีพ มาวางแผนงานในการทำการตลาด การบริการลูกค้า รวมทั้งการบริหาร และฝึกอบรมพนักงานด้วย

ส่วนในด้านการจัดอบรมนั้น มองว่าเป็นการเสียเวลาการทำงานของพนักงาน ในสถานประกอบการสปาเองจะมีผู้ฝึกอบรมที่มีทักษะดีเป็นผู้ให้ความรู้อยู่แล้ว

นอกจากนี้ สปาที่มีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ จะมีการทบทวนคุณภาพการบริการของพนักงานอยู่เสมอ ทั้งนี้จัดทำโดยผู้จัดการสปาของที่นี่เอง

5.2.8 การจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปา

ในการจัดการผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสปาอันตามันนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามหลักของ ไทยส์ปายะโดยแบ่งเป็นประเด็นต่อไปนี้

1) **การจัดการด้านรูป หรือสถานที่และบรรยากาศของสปา** ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ลักษณะการ ออกแบบสถานประกอบการสปาในอันตามัน มักเป็นรูปแบบอาคารทรงบาหลี่ ผสมกับสมัยใหม่ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของการออกแบบสถานที่เป็น 3 ประเภท คือ

- **ประเภทที่ 1** เป็นสถานประกอบการสปาที่เป็นกาให้บริการสปาภายในอาคาร (Indoor Spa) ผู้ให้บริการสปาออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับกฎหมายด้านสถานประกอบการสปา และจะเป็นให้บริการสปาภายในอาคาร การออกแบบสถานที่เช่นนี้มีทั้ง รีสอร์ทสปา และเดย์สปา ส่วนขนาดของสถานที่หรืออาคารจะใหญ่มากเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ใช้บริการแต่ละครั้ง และจำนวนเงินที่ลงทุน เช่น สถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต มีการสร้างอาคารที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ มีการลงทุนสูง เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะมาในลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวน 20 – 30 คนต่อครั้ง ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในโซนเอเชีย สถานประกอบการที่ออกแบบเช่นนี้มักจะปรากฏในเขตจังหวัดภูเก็ตเป็นส่วนใหญ่
- **ประเภทที่ 2** สถานประกอบการสปาที่เป็นแบบกาให้บริการในที่โล่งแจ้ง (Outdoor Spa) ผู้ประกอบการสปาจะออกแบบให้สอดคล้องกับข้อบังคับทางกฎหมายเกี่ยวกับการออกแบบสถานประกอบการสปาเช่นเดียวกัน และจะเป็นกาให้บริการสปาในที่โล่ง เพื่อให้ผู้ใช้บริการสปาได้ดื่มด่ำกับทัศนียภาพ และบรรยากาศโดยรอบ การลงทุนในการออกแบบสถานประกอบการสปาเช่นนี้เป็นการลงทุนที่สูง ใช้พื้นที่ขนาดใหญ่ บางแห่งมีการปลูกต้นไม้ เพื่อสร้างบรรยากาศโดยรอบให้น่าประทับใจก่อนที่จะมีการสร้างอาคาร ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการนิยมสร้างในสถานที่ที่เป็นชายหาด ภูเขา ที่เป็นสถานที่ที่สามารถมองเห็นทัศนียภาพอันสวยงามของสถานที่โดยรอบ สถานประกอบการสปาประเภทนี้มักจะปรากฏในจังหวัดพังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นอย่างมาก

- **ประเภทที่ 3** สถานประกอบการสปาที่เป็นทั้งการให้บริการในที่โล่ง และการให้บริการในอาคาร ทั้งนี้เพื่อเน้นความหลากหลายของการบริการ การสร้างบรรยากาศได้หลายรูปแบบตามความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการด้านบรรยากาศนั้น สปาบางแห่งมีการออกแบบสถานที่ที่เป็นบ้านทรงไทย หรือเป็นสถาปัตยกรรมในแบบเอเชีย ใช้ไม้ในการก่อสร้าง มุงหลังคาด้วยวัสดุธรรมชาติ และสปาเกือบทุกแห่งนิยมปลูกไม้ประดับแบบไทย ๆ โดยเฉพาะไม้ดอกกลิ่นหอม รวมทั้งมีการประดับดอกไม้เล็กน้อย หรือใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นในการประดับคู่กับผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการ

- 2) **การจัดการด้านรส** ปัจจุบัน ในส่วนของการจัดการด้านอาหารของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ส่วนใหญ่เป็นเพียงการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ใช้บริการ เช่น น้ำกระเจียว น้ำเก๊กฮวย น้ำมะขาม น้ำใบเตย น้ำมะตูม น้ำขิง น้ำตะไคร้ เป็นต้น ทั้งนี้โดยเสิร์ฟในช่วงแรกที่ผู้ใช้บริการเข้ามา และเสิร์ฟอีกครั้งในช่วงเสร็จสิ้นการบริการ และช่วงพักของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ยังไม่มีโปรแกรมด้านการบำบัดโดยใช้อาหาร

มีเพียงที่ Sukkho @ Thai Cultural Spa ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตเท่านั้นที่มีการนำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเน้นการออกแบบเมนูอาหารให้เหมาะสมกับธาตุเจ้าเรือนของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมดในการปรุงอาหาร โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแบบไทย ๆ เข้าไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการด้วย

ส่วนสถานประกอบการสปาอื่น ๆ ยังไม่มีการจัดการด้านอาหารที่เป็นรูปธรรมชัดเจน มีเพียงการ เสิร์ฟน้ำสมุนไพรให้กับผู้ใช้บริการเท่านั้น

อย่างไรก็ตามสถานประกอบการสปาที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจการบริการสปาแบบครบวงจรก็ได้มีความพยายามที่จะนำอาหารเพื่อสุขภาพเข้ามาให้บริการในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งนี้โดยเริ่มต้นจากการทำน้ำสมุนไพรให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

- 3) **การจัดการด้านกลิ่น** ในการจัดการด้านกลิ่นของสถานประกอบการในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่นั้น ค่อนข้างมีหลากหลาย ทั้งนี้โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

- สปาบางแห่งที่มีเงินทุนสูงก็จะใช้กลิ่นที่เป็นธรรมชาติจริง ๆ โดยชูเป็นจุดเด่นของสปาแห่งนั้นเลยว่า น้ำมันหอมระเหย อโรมาที่ใช้ในสปาแห่งนั้นเป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากแหล่งผลิตที่ไร้สารเคมี หรือไม่ผ่านกระบวนการทางเคมีในการผลิต (Organic Farm) ไม่มีผลเสียต่อร่างกาย
- ที่มาของน้ำมันหอมระเหย มีทั้งผลิตในประเทศไทย และสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ สปาบางแห่งคิดสูตรขึ้นมาเอง แล้วจ้างบริษัทในประเทศไทยผลิตให้ สปาบางแห่งนำเข้าจากต่างประเทศ

- สป่าบางแห่งจะไม่ใช้น้ำมันหอมระเหย ที่เป็น Burners เนื่องจากมีการค้นพบว่า การใช้ Burners ในระยะเวลาที่นาน จะก่อให้เกิดควัน และมีผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว ผลกระทบนี้ส่วนใหญ่มักเกิดกับผู้ใช้บริการสปา ดังนั้นจึงหันมาใช้บุหงารำไป ซึ่งมีความปลอดภัยสูงกว่า
- สถานประกอบการสปาที่มีสูตรน้ำมันหอมระเหยเป็นของตัวเองมีความพยายามที่จะสร้างแบรนด์ แบบไทย ๆ โดยมีการตั้งชื่อน้ำมันหอมระเหยให้เป็นชื่อแบบไทย ๆ เช่น กลิ่นขอบคุณ กลิ่นใจดี กลิ่นความสงบ ทั้งนี้มีการอธิบายความหมายของคำ พร้อมทั้งส่วนผสมและสรรพคุณของกลิ่นนั้นที่จะมีผลต่อร่างกายและจิตใจของผู้ใช้บริการ
- ในสถานประกอบการสปาขนาดใหญ่จะมีร้านขายของที่ระลึกให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งน้ำมันหอมระเหยที่เป็นผลิตภัณฑ์ของสปานั้น ก็จะเป็นส่วนหนึ่งในของที่ระลึกให้กับผู้ใช้บริการได้ซื้อกลับไปใช้ที่บ้าน
- ปัจจุบัน ผู้ประกอบการสปา หรือผู้ดำเนินการสปาพยายามหาจุดเด่นให้กับสถานประกอบการสปาของตนเอง จึงมีความพยายามศึกษาค้นคว้า หาข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันหอมระเหยมากขึ้น ทำให้ผู้ดำเนินสปามีความรู้ทางด้านการใช้ น้ำมันหอมระเหยมากขึ้น โดยรู้ทั้งผลดีและผลเสียของน้ำมันหอมระเหย มีวิธีการผสมน้ำมันหอมระเหยที่เหมาะสม สนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น รวมทั้งมีแนวโน้มในการสร้างความปลอดภัยด้านนี้มากขึ้น
- สป่าบางแห่งจะให้ผู้ใช้บริการสปาได้เรียนรู้ถึงสูตรน้ำมันหอมระเหยด้วย พร้อมทั้งให้เรียนรู้ในส่วนผสมของน้ำมันหอมระเหยที่ใช้ในการให้บริการ เนื่องจากมองว่า ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้สื่อสารกับผู้ใช้บริการโดยตรง แต่สป่าบางแห่งจะไม่บอกสูตรน้ำมันหอมระเหยในผู้ใช้บริการทราบ เนื่องจากมองว่าเป็นข้อมูลลับ เปิดเผยไม่ได้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันยังคงมีความหลากหลายค่อนข้างมาก การใช้น้ำมันหอมระเหยยังคงเป็นปัญหาในบางส่วน ทั้งนี้เพราะว่าสถานประกอบการบางแห่งยังใช้น้ำมันหอมระเหยที่เป็นสารสังเคราะห์ เพื่อเป็นการลดต้นทุน เพราะจากข้อมูลด้านราคาของน้ำมันหอมระเหย พบว่า น้ำมันหอมระเหยที่เป็นกลิ่นธรรมชาติจริง ๆ จะมีราคาสูงมาก เช่น น้ำมันหอมระเหยกุหลาบที่เป็นของธรรมชาติจริง ๆ ขนาด 15 มิลลิลิตร จะมีราคาประมาณ 3,000 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สูงมาก ประกอบกับปัญหาด้านการตัดราคาทำให้สถานประกอบการสปาต้องหันมาลดต้นทุนด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการ

- 4) **การจัดการด้านเสียง** ในการจัดการด้านเสียงของสถานประกอบการสปาในสามเหลี่ยมอันดามันนั้น มีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ
- **ประเภทที่ 1** สถานประกอบการสปาที่มีขนาดใหญ่ และมีการให้บริการแบบองค์รวมจะจ้างนักดนตรีออกแบบเสียงดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสปาแห่งนั้นเอง และมีการตั้งชื่อเพลงให้เหมาะสมกับสถานที่และสิ่งแวดล้อม ดนตรีที่นำมาใช้ในการบรรเลงส่วนใหญ่เป็นทั้งดนตรี

ในสไตล์ตะวันออก และสไตล์ตะวันตก ส่วนใหญ่สถานประกอบการสปาที่มีเงินลงทุนสูง และจะนำแผ่นซีดีดนตรีนั้นมาขายเป็นของที่ระลึกในร้านขายของที่ระลึกของสปาแห่งนั้นด้วย

- **ประเภทที่ 2** สถานประกอบการสปาบางแห่งยังไม่มีเครื่องเสียงเสียงดนตรีเป็นของสปาแห่งนั้นเอง แต่ดนตรีที่ใช้มาจากการศึกษาค้นคว้าของผู้ดำเนินการสปา และนำมาใช้ในการสถานประกอบการสปาแห่งนั้น

สำหรับการบำบัดด้วยดนตรีเป็นหลักนั้นยังไม่มี แต่เสียงดนตรี และเสียงธรรมชาติสำหรับสปาในบางแห่งที่มีที่ตั้งแวดล้อมด้วยธรรมชาติ เช่น มีเสียงคลื่นจากชายหาด มีเสียงลมพัดเสียงนกร้องจากป่าโดยรอบ ก็จะนำเอาเสียงที่เป็นธรรมชาติมาประกอบการให้บริการอื่น ๆ เช่น การนวด

- 5) **การจัดการด้านการสัมผัส** ในการจัดการด้านสัมผัสในสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เดิมทีสถานประกอบการสปาในเขตสามเหลี่ยมอันดามันยังไม่มีสถานประกอบการ สปาประเภทบริการเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วย หรืออาการผิดปกติทางร่างกายของผู้ใช้บริการ เนื่องจากสปาประเภทนี้จะต้องได้รับอนุญาตแบบพิเศษทางการแพทย์ และจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการให้คำปรึกษาและการบำบัด (Medical Spa) ดังนั้น การจัดการด้านสัมผัสของสถานประกอบการสปาในเขตนี้จึงเป็นการนวดในระดับที่ 1 คือ เป็นบริการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด (Relax Oriented Service) และระดับที่ 3 คือ เป็นบริการที่ช่วยเสริมความงาม (Beauty Oriented Service) โดยที่ผู้ดำเนินการสปาจะเป็นผู้ฝึกหัดด้านการนวดให้กับผู้ให้บริการ

ปัจจุบันนี้มีสถานประกอบการสปาบางแห่งร่วมมือกับโรงพยาบาลแล้วเปิดให้บริการในรูปแบบ Medical Spa ซึ่งเป็นสถานประกอบการสปาที่สามารถให้การรักษาในระดับที่ 2 ได้ ทั้งนี้มีรายละเอียดในการบริการด้านบำบัดรักษาในประเภทของการนวดแบบระดับที่ 2 ดังที่กล่าวมาข้างต้น

ในขณะนี้ ภูเก็ต เฮลท์ สปา ได้ร่วมมือกับโรงพยาบาลป่าตองเปิดให้บริการแบบบำบัดรักษา โดยเน้นการนวดกดจุด และการฝังเข็ม โดยเปิดให้บริการที่โรงพยาบาลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต และใช้ชื่อว่า Patong Medical Spa ทั้งนี้เพราะทางโรงพยาบาลต้องการเน้นกลุ่มลูกค้า หรือผู้ใช้บริการที่เป็น Health Tour และเริ่มให้เปิดบริการตั้งแต่เดือนมกราคม 2549 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการที่จะมี สปาประเภท Medical Spa ในแถบอันดามัน

ในขณะที่เดียวกันสปาของภาคเอกชนจะได้รับประโยชน์จากการร่วมมือจากโรงพยาบาลว่าเป็นการยกระดับจาก เดย์สปา เป็นเมดิคอลสปา ซึ่งดูว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีกว่า และมีความเชี่ยวชาญกว่า ทั้งนี้บุคลากรที่ให้บริการจะเป็นทั้งแพทย์แผนไทย และผู้ให้บริการสปา ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการด้วยว่ามีอาการป่วยหรือไม่ ถ้ามีอาการป่วย หรือเป็นผู้ป่วย จะต้องใช้แพทย์แผนไทย

โดยมีบุคลากรด้านแพทย์แผนไทยของโรงพยาบาลเป็นผู้ให้บริการ แต่ถ้ามาใช้บริการเพื่อความผ่อนคลายก็จะเป็นการบริการของสปาเอกชน ทั้งนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหาร การดำเนินงาน และการบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

- 6) **การจัดการด้านการให้บริการสปา** จากการศึกษาพบว่า การจัดการด้านบริการสปาของสปาอันดามันโดยภาพรวมแล้วมีขั้นตอนเหมือนกันทุกแห่ง และแต่ละที่ก็นำขั้นตอนเหล่านี้มาใส่รายละเอียดเล็กน้อยมากขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการในการให้บริการสปาดังนี้

- **ช่วงที่ 1 เป็นช่วงก่อนเข้ารับการทำทรีทเมนต์** ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าเดินเข้ามาในสถานบริการสปา โดยภาพรวม สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่จะต้อนรับโดยวิธีการดังนี้

- ไหว้ และกล่าวสวัสดีลูกค้า / ถามความต้องการของลูกค้า
- นำเสนอสปาเมนู
- เสิร์ฟน้ำสมุนไพร และผ้าเย็น
- อธิบายตอบข้อซักถามของลูกค้า
- ลูกค้าเลือกบริการสปาตามความต้องการ

เทคนิคพิเศษเพิ่มเติมที่แต่ละสปาจะเพิ่มเข้ามาเพื่อให้ดูเป็นพิเศษในช่วงที่ 1 คือ

- เมื่อเห็นลูกค้าเดินเข้ามาจะต้องออกไปต้อนรับลูกค้าทันที
- หน้าจะต้องยิ้ม และจะต้องคุกเข่าต่อหน้าลูกค้า
- คุกเข่าสวมรองเท้าที่ทางสปาจัดให้กับลูกค้า โดยจะต้องเป็นของใหม่
- เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ชมสถานที่ก่อนการตัดสินใจ
- มีโบว์บันทึกข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความปลอดภัยในการให้บริการสปา
- สามารถแนะนำทรีทเมนต์ต่าง ๆ ได้อย่างเป็นผู้เชี่ยวชาญและน่าเชื่อถือ
- บอกความจริงต่อลูกค้าถึงขีดจำกัดว่าแต่ละทรีทเมนต์ทำได้เพียงใด เช่น การนวดลดความอ้วนไม่ได้ การนวดในสปาไม่ใช่การรักษาโรค และเป็นนวดเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น
- ล้างเท้าลูกค้าก่อนเข้ารับบริการ

- **ช่วงที่ 2 ช่วงการทำทรีทเมนต์** ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าเดินเข้าห้องรับการทำทรีทเมนต์

- นักสุขภาพบำบัดแนะนำตัวกับลูกค้า และเก็บของ เปลี่ยนเสื้อผ้า
- ลูกค้ารับการทรีทเมนต์ รวมทั้งการบริการอื่น ๆ ตามขั้นตอน
- เสร็จสิ้นการบริการ

เทคนิคพิเศษเพิ่มเติมที่แต่ละสปาจะเพิ่มเข้ามาเพื่อให้ดูเป็นพิเศษในช่วงที่ 2 คือ

- พนักงานจะต้องไปส่งลูกค้าถึงห้อง หรือนักสุขภาพบำบัดจะต้องออกมารับลูกค้าเอง
- พนักงานสุขภาพจะต้องเก็บผม เล็บสั้น ไม่ใส่เครื่องประดับทุกชนิด ไม่กลิ่นตัว หรือกลิ่นอาหาร

- การเก็บของมีค่าของลูกค้าจะต้องทำต่อหน้าลูกค้า
 - ภายในห้องจะไม่มีของใช้ส่วนตัวของนักสุขภาพบำบัดอยู่ และผ้าปูเตียง ปลอกหมอน จะต้องเปลี่ยนใหม่ทุกครั้ง
 - ในการใช้วัสดุบางอย่างเช่น ผ้าเช็ดตัว หรือวัสดุเล็ก ๆ ต่าง ๆ จะต้องเปิดให้ลูกค้าดูว่าเป็นของใหม่
 - ตะกร้าขยะในห้องจะต้องไม่มีขยะเก่าอยู่
 - ห้อง วัสดุ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์จะต้องเตรียมไว้้อย่างเรียบร้อย ไม่มีการเดินเข้าออกเพื่อไปจัดของ ทุกอย่างจะต้องพร้อมสำหรับการบริการ
 - มีการประดับดอกไม้สดเล็กน้อยในภาตใส่ผลิตภัณฑ์
 - สอบถามลูกค้าถึงน้ำหนักมือในการนวดบ้าง
 - จะต้องมึวิธีการพาดผ้าเช็ดตัวให้กับลูกค้า โดยไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็น
 - เมื่อเสร็จสิ้นการบริการ นำลูกค้ามาที่จุดพักผ่อน
- **ช่วงที่ 3 ช่วงหลังการทำทรีทเมนต์** ซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้ารับบริการสปาเสร็จแล้ว และมายังจุดที่พักผ่อน โดยที่สปาส่วนใหญ่มีขั้นตอนบริการดังนี้
- เสิร์ฟน้ำสมุนไพรร้อน
 - เก็บเงิน
 - กล่าวขอบคุณลูกค้า และเดินไปส่งลูกค้า

เทคนิคพิเศษเพิ่มเติมที่แต่ละสปาจะเพิ่มเข้ามาเพื่อให้ดูเป็นพิเศษในช่วงที่ 3 คือ

- ให้ลูกค้าสามารถนั่งพักผ่อนเท่าใดก็ได้ตามความพอใจ โดยที่ยังไม่จ่ายเงิน
- นำใบประเมินผลให้ลูกค้ากรอก
- ถามลูกค้าถึงสิ่งที่ควรปรับปรุง
- จัดหาหนังสืออ่านให้กับลูกค้า
- เดินไปส่งลูกค้าถึงรถ
- มีของที่ระลึกที่สื่อความหมายถึงความเป็นไทยให้กับลูกค้า เช่น พวงมาลัยดอกไม้สด เป็นต้น

จากการศึกษาวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันตามันนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการอภิปรายข้อมูลด้านการบริหารธุรกิจสปาที่ดำเนินการในปัจจุบันมีลักษณะดังนี้

ตารางที่ 5.1 การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการตลาดที่ดำเนินการในปัจจุบัน ของสปาอันดามัน

ประเด็น	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่
1. ลักษณะธุรกิจสปา	- เดย์สปา (Day Spa) - รีสอร์ทสปา (Resort Spa) - เมดิคอลสปา (Medical Spa)	- รีสอร์ทสปา (Resort Spa)	- รีสอร์ทสปา (Resort Spa) - เดย์สปา (Day Spa)
2. จำนวนเงินทุน	10 ล้านบาทขึ้นไป	10 ล้านบาทขึ้นไป	1- 10ล้านบาท
3. การจัดการด้านการตลาด			
ประเภทการบริการ	- เน้นการคลายเครียด - เน้นการบำบัดเพื่อรักษา (มี 1 แห่ง)	- เน้นการคลายเครียด	- เน้นการคลายเครียด
อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ยต่ำ/สูง)	800 - 5,800 บาท	1,000 -7,000 บาท	700 -5,500 บาท
สถานที่	- เน้นธรรมชาติ	- เน้นธรรมชาติ	- เน้นธรรมชาติ
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	-แผ่นพับ ป้ายโฆษณา -เว็บไซต์ -เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขาย -การติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว	- แผ่นพับ - เว็บไซต์	- แผ่นพับ - เว็บไซต์ - แผนที่ทางการท่องเที่ยว
จุดขาย	ทักษะการบริการที่มีคุณภาพ	- สถานที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติ - พนักงานมีทักษะทางการบริการสปา	- เน้นความเป็นไทย - สถานที่เป็นส่วนตัว - ออกแบบสถานที่โดยอิงธรรมชาติ
จุดแข็ง	- เน้นความหลากหลายด้านบริการสปา - การส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูฝน (Green Season) เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี	- เน้นการให้บริการสปาที่ผ่อนคลายอย่างแท้จริง - พนักงานสุขภาพบำบัดมีความรู้และทักษะด้านการนวดและผลิตภัณฑ์	- เน้นความเป็นไทย - สถานที่ที่เป็นธรรมชาติ - การมีสนามบิณนาชาติ ทำให้มีนักท่องเที่ยวหลากหลายขึ้น

ตารางที่ 5.1 การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการตลาดของสปาอันดามัน (ต่อ)

ประเด็น	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่
3. การจัดการด้านการตลาด (ต่อ)			
จุดอ่อน	- เน้นปริมาณลูกค้าจำนวนมาก - อัตราการหมุนเวียนของพนักงานสุขภาพบำบัดสูง - การตรวจค่าบริการสปา	- การคมนาคมไม่สะดวก - ยังมีช่วงฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวน้อย	- อัตราการหมุนเวียนของพนักงานสุขภาพบำบัดสูง
ผู้ใช้บริการ	- เอเชีย เช่น จีน ไต้หวัน เกาหลี ญี่ปุ่น โดยผ่านบริษัทนำเที่ยวและมาเป็นกลุ่ม - ยุโรป หาข้อมูลด้วยตนเอง เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ	- ยุโรป หาข้อมูลด้วยตนเอง เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ	- ยุโรป หาข้อมูลด้วยตนเอง เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ - เอเชีย เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน

ตารางที่ 5.2 การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการองค์กรที่ดำเนินการในปัจจุบันของสปาอันดามัน

ประเด็น	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่
1. การจัดโครงสร้างองค์กร			
- รีสอร์ทสปาและเดย์สปาขนาดใหญ่	มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน	มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน	มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน
- เดย์สปาขนาดเล็ก	1 คนทำหลายหน้าที่		1 คนทำหลายหน้าที่
- เมดิคอลสปา	แยกงานระหว่างส่วนรักษาและส่วนผ่อนคลาย		
2. การสรรหามูลากร	ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ	- ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ปากต่อปาก	ผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. จำนวนบุคลากรเฉลี่ย	40-50 คน	12-15 คน	7 -10 คน
4. ระยะเวลาในการฝึกพนักงานใหม่	1.5 -2 เดือน	2 เดือน	1 -1.5 เดือน

ตารางที่ 5.2 การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการองค์กรที่ดำเนินการในปัจจุบัน
ของสปาอันดามัน (ต่อ)

ประเด็น	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่
5. สวัสดิการของพนักงาน			
- รีสอร์ทสปาและเดย์สปา ขนาดใหญ่	- เงินเดือนประจำ - ค่าชั่วโมง - ค่าทิปรายบุคคล - ค่าเซอร์วิสชาร์ท - เครื่องแต่งกาย - ที่พัก - อาหาร	- เงินเดือนประจำ - ค่าชั่วโมง - ค่าทิปรายบุคคล - ค่าเซอร์วิสชาร์ท - เครื่องแต่งกาย - ที่พัก (ถ้าไม่มีที่พักจะ ให้ค่าน้ำมัน) - อาหาร	- เงินเดือนประจำ - ค่าชั่วโมง - ค่าความสามารถตาม ประเภทของการนวด - ค่าทิปรายบุคคล - ค่าเซอร์วิสชาร์ท - เครื่องแต่งกาย - ที่พัก (ถ้าไม่มีที่พักจะ ให้ค่าน้ำมัน) - อาหาร
- เดย์สปาขนาดเล็ก	- เงินเดือนประจำ - ค่าชั่วโมง - ค่าทิปรายบุคคล - เครื่องแต่งกาย - ที่พัก - อาหาร	- เงินเดือนประจำ - ค่าชั่วโมง - ค่าทิปรายบุคคล - เครื่องแต่งกาย - ที่พัก - อาหาร	- เงินเดือนประจำ - ค่าชั่วโมง - ค่าทิปรายบุคคล - เครื่องแต่งกาย - ที่พัก - อาหาร
6. การพัฒนาบุคลากร	- การพัฒนา บุคลิกภาพ - การพัฒนา ทักษะการนวด - อบรมภาษาที่ใช้ ในการสื่อสาร	- การพัฒนาด้านการ บริการ - พัฒนาทักษะการ นวด - อบรมภาษาที่ใช้ใน การสื่อสาร	- พัฒนาทักษะการนวด - การอบรมด้านมารยาท ไทย

ตารางที่ 5.3 การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการในปัจจุบัน
ของสปาอันดามัน

ประเด็น	ภูเก็ต	พังงา	กระบี่
1.การจัดการด้านรูป	- ออกแบบสถานที่เป็น สไตล์บาหลีสวมกับแนว สมัยใหม่ - สร้างบรรยากาศให้ เป็นเหมือนบ้านหลังที่ สอง	- ออกแบบสถานที่แบบ Outdoor เพื่อให้ ผู้ใช้บริการได้สัมผัส ธรรมชาติ - ตกแต่งสถานที่โดยใช้ ดอกไม้ที่ปลูกเอง	- ออกแบบสถานที่โดยอิง ตามธรรมชาติ - ออกแบบสถานที่สไตล์ ทรอปิคอล (Tropical Style) - ตกแต่งสถานที่โดยใช้ ดอกไม้ที่ปลูกเอง
2.การจัดการด้านรส	- เสิร์ฟน้ำสมุนไพร - อาหารสุขภาพในสปา ขนาดใหญ่	- เสิร์ฟน้ำสมุนไพร - เสิร์ฟผ้าเย็นกลิ่นตะไคร้ หอม	- เสิร์ฟน้ำสมุนไพร
3.การจัดการด้านกลิ่น	- ใช้กลิ่นน้ำมันหอม ระเหย - บางแห่งใช้บุหงารำไป แทนกลิ่นน้ำมันหอม ระเหย	- ใช้กลิ่นน้ำมันหอม ระเหย	- ใช้กลิ่นน้ำมันหอม ระเหย
4.การจัดการด้านเสียง	- เสียงดนตรี - เสียงธรรมชาติ เช่น เสียงคลื่น เสียงฝน	- เสียงดนตรี - เสียงธรรมชาติ เช่น เสียงคลื่น เสียงฝน	- เสียงดนตรี - เสียงธรรมชาติ เช่น เสียงคลื่น เสียงฝน
5.การจัดการด้าน สัมผัส	ฝึกพนักงานให้สามารถ นวดในรูปแบบที่เป็น มาตรฐานของสปาแห่ง นั้น และต้องให้เป็น มาตรฐานเดียวกัน	ฝึกพนักงานให้สามารถ นวดในรูปแบบที่เป็น มาตรฐานของสปาแห่ง นั้น และต้องให้เป็น มาตรฐานเดียวกัน	ฝึกพนักงานให้สามารถ นวดในรูปแบบที่เป็น มาตรฐานของสปาแห่ง นั้น และต้องให้เป็น มาตรฐานเดียวกัน
6.ขั้นตอนการบริการ	มี 3 ขั้นตอน คือ ก่อน ระหว่าง และหลังทำ ทรีทเมนต์	มี 3 ขั้นตอน คือ ก่อน ระหว่าง และหลังทำทรีท เมนต์	มี 3 ขั้นตอน คือ ก่อน ระหว่าง และหลังทำทรีท เมนต์

ตารางที่ 5.3 การบริหารจัดการธุรกิจสปาด้านการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการในปัจจุบัน
ของสปาอันดามัน (ต่อ)

ประเด็น	ภูเก็ท	พังงา	กระบี่
7.การประยุกต์ วัฒนธรรมไทยและ ภูมิปัญญาไทย	- ใช้มารยาทไทยในการต้อนรับ - ใช้สมุนไพรไทยที่เน้นความ ปลอดภัย - จัดหาของที่ระลึกที่สื่อถึง ความเป็นไทย เช่น พวงมาลัย ดอกไม้สด	- ใช้มารยาทไทยใน การต้อนรับ - ใช้สมุนไพรไทยที่ เน้นความปลอดภัย	- ใช้มารยาทไทยใน การต้อนรับ - ใช้สมุนไพรไทยที่เน้น ความปลอดภัย
8.การประยุกต์ วัฒนธรรมและภูมิ ปัญญาอันดามัน	- ออกแบบการแต่งกาย พนักงานเป็นชุดย้าหยา (ชุด พื้นเมืองภูเก็ต) - ออกแบบสถานที่โดยจำลอง ร้านกาแฟภูเก็ตในอดีต - มีแนวคิดที่ใช้ดนตรีที่สื่อถึง ความเป็นภูเก็ต - มีแนวคิดที่จะใช้สับประรดมา ทำผลิตภัณฑ์ในสปา	ไม่มี	มีแนวคิดที่จะใช้น้ำ ยางพารา และน้ำมัน ปาล์มมาทำผลิตภัณฑ์ ในสปา (ยังอยู่ใน ขั้นตอนของการ ศึกษาวิจัย)

5.2.9 รูปแบบการบริหารจัดการของธุรกิจสปาในเขตอันดามันที่เหมาะสม

จากการศึกษาวิจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามัน ผู้วิจัยพบว่า สถาน
ประกอบการสปาในเขตพื้นที่นี้มีความหลากหลายมาก ดังข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้แต่ละที่มีรูปแบบ
เฉพาะในการบริการจัดการ ซึ่งสปาหลาย ๆ แห่งมีระบบการบริหารจัดการที่ดีมาก และเป็นระบบ
ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอสรุปรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามันที่ควรจะเป็นมีดังนี้ คือ

ประเด็นที่ 1 ด้านการจัดการทางการตลาด

- การสร้างจุดเด่นในการบริการ และรูปแบบใหม่ ๆ ในการให้บริการสปาเป็นหนทางที่ดีในการเพิ่ม
ราคาบริการสปา และสร้างภาพลักษณ์ว่าสปาแห่งนั้นมีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้โดยเฉพาะ
นำไปสู่การมีเอกลักษณ์ของตัวเอง และสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้า หรือบริการได้

- การหาผู้เชี่ยวชาญ หรือร่วมมือกับหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น ร่วมมือกับโรงพยาบาลจะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะยกระดับสปาที่เป็นการเพียงการให้บริการเพื่อการผ่อนคลาย ไปเป็นการบริการเพื่อการรักษา เท่ากับเป็นการยกระดับฝีมือของพนักงาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องตามไปด้วย
- การรู้จักพฤติกรรมการใช้บริการสปาของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ถือเป็นกำไรสูงสุดของการทำธุรกิจสปา เป็นการไขกุญแจสู่การบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ดี เพราะฉะนั้นพนักงานสปาทุกคนจะต้องมีการเรียนรู้วัฒนธรรมข้ามชาติด้วย
- การพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ (Benchmarking) เป็นการวางแนวทางในการดำเนินงาน หรือเทียบเคียงกับสปาที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น บันยันท์สปา โดยพิจารณาว่า สปาเหล่านี้มีระบบบริหารจัดการอย่างไร รวมถึงการพัฒนาบุคลากรขององค์กรเหล่านั้นเป็นอย่างไร เหตุใดทั่วโลกจึงยอมรับคุณภาพของนักสุขภาพบำบัดที่ผ่านประสบการณ์การทำงานจากบันยันท์สปา เหตุใดบันยันท์สปาจึงสามารถส่งพนักงานสุขภาพบำบัดไปทำงานในต่างประเทศโดยมีค่าตอบแทนสูงได้ และตั้งเป็นแบบอย่างในการพัฒนาองค์กร จะเป็นแนวทางที่ดีในการพัฒนาสปาไทย รวมทั้งสปาอันดามัน
- เว็บไซต์มีความสำคัญมากขึ้น และเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการใช้บริการสปาของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของผู้ใช้บริการสปาในปัจจุบันมีแนวโน้มการหาข้อมูลด้วยตัวเองมากขึ้น ดังนั้นสปาทุกแห่งควรใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งลูกค้าสามารถจองสปาทางเว็บไซต์ได้ด้วย ในบางครั้งถ้าเป็นรีสอร์ทสปาอาจจะแยกเว็บไซต์สำหรับสปาโดยเฉพาะมาต่างหากก็ได้ โดยมีทางเลือกให้กับลูกค้าได้ทั้ง 2 ทาง คือ ทางเว็บไซต์ของโรงแรม และเว็บไซต์ของสปาเอง และควรจะมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบันตลอดเวลา
- สปาในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ควรมีลักษณะเฉพาะแต่ละพื้นที่ กลุ่มลูกค้าก็มีความต่างกัน ควรมีการพัฒนารูปแบบบริการสปาที่ต่างกันไปด้วย และควรทำการตลาดที่ให้มีลูกค้าทุกฤดูกาล ซึ่งในขณะนี้ในจังหวัดภูเก็ตสามารถทำการตลาดในสวนนี้ได้ แต่จังหวัดพังงายังคงประสบปัญหาด้านนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูฝน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า คุณภาพของบริการสปาในจังหวัดพังงาอยู่ในระดับดี และมีคุณภาพเนื่องจากเป็นสปาที่ตั้งในโรงแรมระดับ 5 ดาว การมีลูกค้าน้อย แต่เน้นในเชิงคุณภาพ อาจจะเป็นจุดเด่นของสปาพังงา เพราะสามารถคิดค่าบริการได้สูงมากกว่าที่จังหวัดภูเก็ต และกระบี่ ทั้งนี้ในแง่ของการลงทุน สปาพังงาไม่จำเป็นต้องมีนักสุขภาพบำบัดเป็นจำนวนมาก ทำให้การจ่ายค่าจ้างน้อย ต้นทุนน้อยกว่าจังหวัดอื่น แต่สามารถระบายรายได้สูงกว่าจังหวัดอื่น ซึ่งได้รับค่าตอบแทนที่สูงมากในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมาก สามารถชดเชยรายได้ที่ขาดไปในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อยได้เป็นอย่างดี ในขณะที่เดียวกัน สถานประกอบการสปาก็ไม่ต้องรับภาระดูแลพนักงานจำนวนมาก ในช่วงที่มีผู้ใช้น้อย

ประเด็นที่ 2 การบริหารจัดการองค์กร

- ผู้จัดการสปาในปัจจุบันจะต้องมีความรู้ในทุก ๆ เรื่อง เช่น การนวด น้ำมันหอมระเหย การใช้วัสดุอุปกรณ์ในการบริการสปา ความรู้ทางการบริหารบุคลากร รวมทั้งความรู้ทางการตลาดด้วย
- สิ่งที่จะผูกมัดพนักงานให้ทำงานกับองค์กรนั้นนาน ๆ จะต้องใช้วิธีการสร้างความรักในงานที่ทำ และรักหน่วยงานที่ทำ โดยสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี มีสวัสดิการเพียงพอ และให้โอกาสในการเติบโตของพนักงาน
- ผู้ประกอบการสปาจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด โดยควรคิดว่าการหมุนเวียนของนักสุขภาพบำบัดเป็นเรื่องปกติ และเป็นการพัฒนาประสบการณ์ในการทำงานของนักสุขภาพบำบัดคนนั้นด้วย ทั้งนี้ควรให้ความรู้ที่มีมาอยู่ในระบบมากกว่าอยู่ที่ตัวคนใดคนหนึ่ง เมื่อบุคคลที่มีฝีมือลาออกจะได้ไม่เป็นปัญหาเรื่องการขาดนักสุขภาพบำบัดที่มีฝีมือ
- ในส่วนของรีสอร์ทสปานั้นจะต้องมีการประสานร่วมกับฝ่ายอื่น ๆ ของทางโรงแรมด้วย ดังนั้น ฝ่ายสปาจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับฝ่ายอื่น ๆ และบางครั้งจะต้องให้ฝ่ายอื่น ๆ มีความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะในงานของฝ่ายสปา ฝ่ายสปาจึงต้องหาวิธีการให้ฝ่ายอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมรู้เห็นในการทำงานด้วย เช่น เชิญพนักงานด้านอื่น ๆ มาเป็นตัวทดลองใช้ผลิตภัณฑ์สปา เพราะบางครั้งการขายสปาในโรงแรมอาจเกิดจากพนักงานต้อนรับของโรงแรมก็เป็นได้ การมีประสบการณ์ในการใช้บริการสปาของโรงแรมโดยตรง จะทำให้พนักงานคนนั้นสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- ทักษะคติของพนักงานมีส่วนสำคัญในการพัฒนาคุณภาพงานบริการในธุรกิจสปา ผู้จัดการสปาทุกแห่งระบุว่า การมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการจะทำให้งานบริการนั้นออกมาแล้วสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้
- ผู้ประกอบการจะต้องมีความจริงใจต่อกัน ไม่มีการแย่งตัวนักสุขภาพบำบัด โดยมีการประสานงานเป็นเครือข่าย สามารถแลกเปลี่ยนนักสุขภาพบำบัดได้ หรือสามารถยืมตัวนักสุขภาพบำบัดไปใช้งานได้ในกรณีที่มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ

ประเด็นที่ 3 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

- สปาแต่ละจังหวัดเริ่มหันมาใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น จึงควรมีการศึกษาเรื่องการวิจัยสมุนไพรไทยให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับสมุนไพรไทยให้ทัดเทียมสากล
- ในการออกแบบสถานที่นั้นในทั้ง 3 จังหวัดไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นการเลียนแบบบาหลี่ อย่างไรก็ตามยังสามารถชูจุดเด่นด้านธรรมชาติได้
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา ควรเป็นวัสดุ ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เพราะสามารถนำมาใช้เป็นจุดเด่นในการบริการได้

5.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

5.3.1 ปัญหาในการทำธุรกิจสปาอันดามัน

- 1) ปัญหาทางด้านกฎหมาย เนื่องจากธุรกิจสปาเป็นธุรกิจใหม่ที่เพิ่งได้รับความนิยม ประมาณเมื่อ 6 ปีที่แล้ว ดังนั้น ธุรกิจสปาบางแห่งให้บริการก่อนที่กฎหมายเกี่ยวกับสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จะออกมา ทำให้สถานประกอบการสปามีผลกระทบเมื่อนำเอากฎหมายมาจับ เนื่องจากการทำงานของภาครัฐล่าช้ากว่าการพัฒนาทางด้านธุรกิจ
- 2) ปัญหาการขาดแคลนด้านบุคลากรสปา เนื่องจากยังไม่มีสถานศึกษาใดที่มีบัณฑิตทางด้านสปา โดยเฉพาะ ทั้ง ๆ ที่เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยม ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จึงต้องแก้ปัญหาโดยอาจจะสร้างโรงเรียนฝึกหัดเอง หรือบางแห่งจะให้ป็นคอร์สฝึกอบรมระยะสั้น จากการขาดแคลนบุคลากร นั้นนำไปสู่การแย่งชิงตัวพนักงานในกลุ่มผู้ประกอบการ
- 3) การกำหนดแพคเกจสปาโดยบริษัทนำเที่ยวที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากกว่าที่จะเป็นการให้บริการสปาในเชิงคุณภาพ ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวไม่ได้มีความรู้ทางด้านบริการสปาโดยเฉพาะ
- 4) การใช้สมุนไพรไทยที่ยังไม่มีการรับรองจากงานวิจัย ส่วนใหญ่มักจะระบุว่า ที่เลือกใช้เพราะนำความรู้จากภูมิปัญญาไทยมาใช้ มากกว่าที่จะมีงานวิจัยที่เป็นระบบมารองรับ นอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านสมุนไพรของสินค้าประเภท 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ยังไม่ได้รับการยอมรับจากสถานประกอบการเท่าที่ควร
- 5) ผู้ประกอบการยังไม่สามารถตีความหมายของคำว่า เอกลักษณะอันดามันที่ชัดเจน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจสปาได้ ทั้งนี้ อาจเกิดจากลักษณะทางด้านประวัติศาสตร์ที่เป็นรูปธรรมไม่ชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมล้านนา ดังนั้นสถานประกอบการสปาในเขตอันดามัน จึงมักใช้ความเป็นไทยในภาพรวมในการสื่อความหมายกับลูกค้า หรือการประยุกต์ในการใช้ออกแบบสถานที่ มากกว่าวัฒนธรรมอันดามัน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำธุรกิจสปาอันดามัน

- 1) สปาอันดามันจะได้รับการยอมรับในคุณภาพและประสบการณ์มากขึ้น ถ้ามีการพัฒนาสปาให้ครอบคลุมองค์ประกอบการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic) ซึ่งหมายถึง การดูแลสุขภาพทั้งหมด ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Body Mind & Spirit)

การดูแลสุขภาพองค์รวมเป็นการแพทย์ทางเลือก เป็นศาสตร์และศิลป์ในการดูแลสุขภาพ เป็นปรัชญาการสร้างสุขภาพและการรักษาโรค ซึ่งพิจารณาตัวคนรวมทั้งหมดทุกอย่าง คือ ทุกอย่างที่น่ามาประกอบกันเป็นมนุษย์ เป็นชีวิต ไม่ว่าจะเป็นร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ล้วนส่งผลกระทบต่อเกี่ยวข้องให้เกิดสุขภาพที่ดี และความสุขในชีวิต สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการแพทย์

ทางเลือก หรือการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม คือ มุ่งเน้นให้ผู้เข้ารับการรักษาบำบัดมีส่วนร่วมในกระบวนการบำบัดรักษา หรือปฏิบัติตนเพื่อให้หายจากโรคภัยไข้เจ็บด้วยตนเอง

การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเห็นว่า ภาวะการมีสุขภาพดีทั้งกาย ใจ และจิตวิญญาณสามารถนำและเชื่อมโยงไปสู่ความอยู่ดีมีสุขในชีวิตให้สมบูรณ์ (Health & Wellness)

ธุรกิจสปาอันดามัน อาจนำเอาแนวคิดของการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมมาใช้ในการออกแบบบริการสปาได้ดังนี้

- **การบำบัดด้วยอาหารเพื่อสุขภาพ** ซึ่งหมายถึง การรับประทานอาหารที่เหมาะสม เน้นความสะอาดและธรรมชาติ ตามแนวคิดที่ว่า ภูมิกษอนามัย หลักการเบื้องต้นของอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น
 - สุขอนามัยธรรมชาติ (Natural Hygiene) หรือศาสตร์ชีวิต เป็นระบบสุขภาพที่กำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตให้สอดคล้องกับองค์ประกอบทางธรรมชาติ หรือทางชีววิทยาของคน เป็นการรับประทานอาหารสุขภาพที่มีรสอร่อยตามธรรมชาติ โดยมีหลักการว่า “ร่างกายพยายามขวนขวายเพื่อพาตนเองไปสู่สุขภาพที่ดีเสมอ และจะทำสำเร็จ บรรลุถึงความมีสุขภาพดีได้ ด้วยการทำความสะอาดตัวเองให้ปลอดจากของเสียที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย” ซึ่งมักจะใช้คู่กับโปรแกรมอดอาหาร
 - การอดอาหาร (Fasting) เป็นกระบวนการซึ่งทำให้ร่างกายขาดอาหาร (ไม่รวมของเหลว) ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะเป็นการทำให้ร่างกายมีโอกาสทำความสะอาดตัวเอง และสร้างระเบียบ กระบวนการในการเผาผลาญอาหารขึ้นมาใหม่
 - วิตามินบำบัด (Vitamin Therapy) เป็นการใช้วิตามิน แร่ธาตุ หรือใช้ทั้งสองอย่างประกอบกันเพื่อป้องกันโรค
 - อาหารสูตรครบรูป (Whole Food Diet) เป็นแผนการทางโภชนาการที่ใช้อาหารธรรมชาติ บริสุทธิ์ และครบหมดทุกส่วนในการรักษาสุขภาพที่ดี และดูแลสุขภาพของร่างกาย โดยการรับประทานอาหารทั้งหมดครบถ้วน ที่ไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งใดๆ
- **การบำบัดด้วยการออกกำลังกาย** ซึ่งประกอบด้วย
 - จี้กง (Qi Gong) เป็นการออกกำลังกายอย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างความสมดุลและเพิ่มชี หรือพลังชีวิตภายในร่างกาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพ ความสมบูรณ์พร้อมของร่างกาย และเพื่อเป็นยาอายุวัฒนะ รักษาโรคภัยไข้เจ็บ ปัจจัยหลัก ๆ ของการออกกำลังกายแบบจี้กง คือ การวางระเบียบร่างกาย การวางระเบียบความคิดจิตใจ และการวางระเบียบการหายใจ
 - โยคะ (Yoga) เป็นวิธีหรือระบบการพัฒนาทางสรีระ ความคิดจิตใจ และจิตวิญญาณ และพยายามสร้างความสมดุลให้แก่ทุกแง่มุมของร่างกาย อันประกอบด้วย ร่างกาย ความคิดจิตใจ และจิตวิญญาณ ที่ประสานรวมกันอย่างกลมกลืน ผู้ฝึกโยคะสามารถควบคุมทั้ง

ทางร่างกายและความคิดจิตใจ ผ่อนคลาย ลดความหงุดหงิด กระวนกระวาย มีสมาธิดีขึ้น และมีออกซิเจนในโลหิตเพิ่มขึ้น

- **การบำบัดด้วยยา (Herbal Medicine)** เช่น
 - โฮมิโอพาธี (Homeopathy) คือ การกระตุ้นภูมิคุ้มกันโรค โดยการใช้พืชและแร่ธาตุ
 - การบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย
 - **วาริบำบัด (Hydrotherapy)** การใช้น้ำในการบำบัดร่างกาย
 - **การบำบัดด้วยพลัง** เช่น
 - เรกิ (Reiki) การสัมผัสพลังงานผ่านมือเข้าสู่ตัวผู้รับการบำบัด
 - ชิอัตสึ (Shiatsu) เป็นศาสตร์การนวดของญี่ปุ่น โดยการกดนิ้วลงบนจุดตามแนวเส้นทางพลังงานตามแนวคิดแบบโบราณของญี่ปุ่น
 - คริสตัลบำบัด (Crystal Therapy) การบำบัดโรคโดยใช้อัญมณี ร่วมกันสร้างความสมดุลของจักร และบำบัดโรคโดยใช้สีร่วมกัน
 - การสร้างความสมดุลให้แก่จักระ (Chakra Balancing) หมายถึงการขจัดสิ่งที่ปิดกั้นพลังงานออกไป โดยอาจใช้วิธีการทำสมาธิ เรกิ การใช้หิน หรือสีในการบำบัด
 - รงค์บำบัด (Color Therapy) การใช้ประโยชน์จากสีและแสงในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางสรีระ อารมณ์ จิตใจ และจิตวิญญาณแก่ร่างกายมนุษย์ ช่วยผ่อนคลาย ความเครียด ความเศร้าซึมได้
 - **การฝึกความคิด (Health and Mind Thinking)** เช่น การทำสมาธิ การสะกดจิต เป็นต้น
 - **การนวดบำบัด** เช่น การนวดไทย การนวดแบบสวีดิช การนวดฝ่าเท้า
 - **การขจัดพิษ (Detoxification)** เช่น การสวนลำไส้ใหญ่ เพื่อการล้างพิษ เป็นต้น
- 2) ในการทำธุรกิจสปาอันดามันนั้น ผู้ประกอบการสปาควรนำเอาโมเดลของสถานบริการที่เป็นไทยส์ปายะ ซึ่งเป็นสถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทย โดยเน้นการใช้วิถีการแบบธรรมชาติเป็นหลัก ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสปาอันดามันควรระดมความคิดร่วมกันในการออกแบบแพคเกจที่เป็นเอกลักษณ์ของสปาอันดามันในรูปแบบของการบำบัดแบบสุขภาพองค์รวม หรือไทยส์ปายะ โดยการประยุกต์เอาพรรณพืช วัสดุ หรือวิถีชีวิตแบบพื้นบ้านมาใช้ในการให้บริการสปา นอกจากนี้ควรจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยการนำเสนอข้อมูลหรือแพคเกจที่ออกแบบแล้วผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงทั่วโลก
- เหตุผลที่ควรนำเอาโมเดลของไทยส์ปายะมาใช้ในการบริการ เพราะไทยส์ปายะมีความน่าสนใจในด้านของวัฒนธรรมประเพณีแบบไทยๆ และมีความหลากหลาย มีรูปแบบบริการที่เป็นพิเศษ เช่น การบริการประกอบด้วย การตรวจร่างกายแบบไทย การรักษา และการส่งเสริมสุขภาพ โดยแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

- ด้านการตรวจร่างกายแบบไทย เน้นการตรวจธาตุเจ้าเรือน การปฏิบัติตามธาตุของตนเอง มีการแนะนำให้รับประทานอาหารตามธาตุ ซึ่งเป็นเสมือน คลินิก ทั้งนี้ความรู้ในด้านนี้ ผู้ประกอบการสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้จากหลักสูตรมูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา
- ด้านการรักษา มีหลากหลายรูปแบบให้เลือกจากภูมิปัญญาไทย เช่น การใช้ยาไทย การใช้ยาสมุนไพร การนวดไทย อบ ประคบตามอาการเจ็บ
- ส่วนการส่งเสริมสุขภาพก็จะจัดให้มีมุมส่งเสริมสุขภาพด้วยตนเอง นอกจากนี้ ยังมี "ซ็อบบี้มอลล์ (Shopping Mall)" ให้ผู้ใช้บริการเลือกซื้อสมุนไพรทั้งแปรรูปเป็นยารักษาโรค หรือผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่าง ๆ ได้ด้วย

ในปัจจุบันมูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา ซึ่งมองว่าเป้าหมายของไทยสัปปายะ คือ การส่งเสริมสุขภาพของคนไทย และเผยแพร่ชื่อเสียงภูมิปัญญาไทยให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในและนอกประเทศ และมองว่าเป็นผลพลอยได้ที่ส่งเสริมธุรกิจเอสเอ็มอี จึงได้จัดทำแผนการส่งเสริมไทยสัปปายะออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสปปอันทามันอาจจะประยุกต์แผนเหล่านี้มาใช้เสริมในการบริการสปาได้ ดังนี้

ระดับที่ 1 Home Thai Sapaya – เป็นแนวคิดของการดูแลสุขภาพ ในรูปแบบของไทยสัปปายะ แล้วเอาไปสานฝันต่อบ้านตนเองว่า จะสร้างไทยสัปปายะในบ้านได้อย่างไร เช่น การจัดบ้าน การปลูกต้นไม้ในบ้านที่เป็นสมุนไพรไทย การเน้นอาหารเกี่ยวกับผักผลไม้ โดยอาจจะเรียนการนวดเพื่อนำกลับไปปฏิบัติให้กับคนในครอบครัว หรือการเรียนทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาเพื่อไปใช้ทำกันเองในครอบครัว

แม้ไทยสัปปายะในระดับนี้ จะเน้นการส่งเสริมสุขภาพคนในครอบครัวมากกว่าการทำธุรกิจ แต่ก็สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เทียนหอม สบู่ แชมพู ฯลฯ

ระดับที่ 2 Community Thai Sapaya เป็นแนวคิดที่เน้นให้คนในชุมชนมีความรักในท้องถิ่น และสร้างเอสเอ็มอีในท้องถิ่น ประโยชน์ที่ได้นอกเหนือจากการส่งเสริมสุขภาพแล้วยังเชื่อมโยงถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อการพักผ่อนท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติ และการสร้างเศรษฐกิจชุมชน เช่น การรวมกลุ่มของแม่บ้านเพื่อทำสมุนไพร ลูกประคบ เป็นต้น ที่สำคัญ ยังเป็นการสร้างศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) ให้กับชุมชนได้ เป็นเวทีให้หมอฟันบ้านได้ก้าวออกมาแสดงภูมิปัญญาของตน ซึ่งแนวคิดแบบ Community Thai Sapaya มีผู้ประกอบการสปปอันทามันในจังหวัดกระบี่บางรายได้เริ่มต้นทำบางส่วนมาบ้างแล้ว แต่ยังไม่เปิดให้บริการในขณะนี้

ระดับที่ 3 การทำธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเอสเอ็มอี และกลุ่มโรงแรมหรือรีสอร์ท ในกลุ่มเอสเอ็มอีนั้น ทางมูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนาให้การสนับสนุนการให้

ความรู้ การจัดหาคน การให้แนวคิดการออกแบบตกแต่งสถานที่ ส่วนในกลุ่มโรงแรมซึ่งใช้เงินลงทุนสูง ทางมูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนาอาจจะสนับสนุนในรูปแบบของการร่วมลงทุน ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งการอบรมให้ความรู้ การสร้างหลักสูตรการบริหารไทยสปีปายะ การสนับสนุนเรื่องผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ดังนั้น สป่าอันดามันอาจจะนำเอาแนวคิดของไทยสปีปายะมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการเพื่อสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทย และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ดี ไม่เกิดการเลียนแบบรูปแบบการบริการจากต่างประเทศ ในขณะที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่กำลังแสวงหาความเป็นไทย

- 3) ควรมีการสนับสนุนด้านการวิจัยสมุนไพรไทยมากขึ้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสมุนไพรไทย ที่จะสามารถนำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ในสปาจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า มีสถานประกอบการสปาหลายแห่ง พยายามที่จะใช้สมุนไพรไทยมาใช้ในการทำเป็นผลิตภัณฑ์สปาให้กับผู้ให้บริการ เนื่องจากสมุนไพรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ชาวต่างประเทศชื่นชอบ โดยเฉพาะผู้ให้บริการสปาที่เป็นชาวยุโรปและมีกำลังซื้อสูง แต่จากการบอกเล่าของผู้ประกอบการ พบว่า สมุนไพรไทยที่ใช้ในปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่ จะเป็นน้ำผึ้ง มะขาม หรืออาจจะเป็นผลไม้บางประเภท ซึ่งมีจำนวนน้อยชนิดมาก ทั้งที่สมุนไพรมีมากมายให้เลือกใช้ เนื่องจากสมุนไพรไทยยังไม่มีข้อศึกษายืนยันคุณภาพจากงานวิจัยรับรอง ทำให้ผู้ประกอบการไม่มั่นใจที่จะนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมาใช้ ที่ใช้ในขณะนี้ก็เป็นเพียงการขูดตัว และขูดผิว และมักหลีกเลี่ยงการใช้กับหน้าซึ่งเป็นบริเวณผิวที่แพ้ง่าย ประกอบกับโครงสร้างผิวของผู้ให้บริการที่เป็นชาวยุโรปจะมีความแตกต่างจากโครงสร้างผิวของคนเอเชีย

5.3.3 อุปสรรคในการทำวิจัย

- 1) **รูปแบบการศึกษาวิจัย** ในการทำวิจัยกระบวนการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่เป็นเชิงปริมาณไม่ได้รับความร่วมมือในการตอบ ทำให้ต้องเป็นกระบวนการศึกษาวิจัยหลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและได้ประเด็นคำถามแล้ว ต้องนำคำถามมาจัดหมวดหมู่และเชิญผู้ประกอบการมาหาข้อมูลเพิ่มเติมตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ จากผู้ประกอบการธุรกิจสปา และผู้จัดการสปา ซึ่งเป็นการระดมความคิด และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจสปา และผู้จัดการสปา ด้านการบริหารจัดการธุรกิจสปาใน 3 จังหวัดในแถบอันดามัน โดยการจัดประชุมสนทนากลุ่มย่อย โดยจัดกลุ่มแยกเป็นรายจังหวัด และแยกตามประเภทธุรกิจสปา คือ 1) กลุ่มผู้ประกอบการสปาที่เป็นเดย์สปาขนาดเล็ก 2) กลุ่มผู้ประกอบการสปาที่เป็นเดย์สปาขนาดใหญ่ 3) กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นรีสอร์ท สปา และ 4) ผู้ประกอบการสปาที่เป็นเมดิคอล
- 2) **โปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ** คณะผู้วิจัยขาดประสบการณ์ในการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำให้ต้องใช้เวลาในการศึกษาและทำงาน

มากกว่าที่วางแผนไว้ อีกทั้ง โปรแกรม ETHNOGRAPH ที่ได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เป็นผู้จัดการฝึกอบรม ในปี 2547 ให้แก่คณะผู้วิจัย ซึ่งเป็น Version 4 สามารถใช้ได้บนเครื่อง Windows 98 และ เมนบอร์ดเครื่องคอมพิวเตอร์รุ่นเก่าเท่านั้น คณะผู้วิจัยได้จัดซื้อ ETHNOGRAPH version 5.0 แต่ปรากฏว่า เวอร์ชันดังกล่าว ไม่สามารถทำงานด้วยภาษาไทยได้ บริษัท Qualis Research (<http://www.qualisresearch.com/>) ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ดังกล่าว ยังไม่ได้ผลิตรระบบสนับสนุนการใช้ภาษาไทย จึงได้ค้นหาและสอบถามความรู้ด้านซอฟต์แวร์อื่นที่สามารถใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และได้รับคำแนะนำให้ใช้โปรแกรม NVivo จึงได้ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ต พบว่า สามารถดาวน์โหลด Trial Version 30 วัน โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ได้จาก <http://www.qsrinternational.com/> พบว่า โปรแกรม NVivo7 สามารถทำงานด้วยภาษาไทยได้ มีความง่ายต่อการใช้งาน และเหมาะสำหรับใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพตั้งแต่เริ่มต้นทำวิจัยได้เลย อีกทั้งสามารถทำงานได้ดีบน Windows XP ด้วย คณะผู้วิจัยเห็นว่า สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ควรจะได้มีการจัดฝึกอบรมการใช้เครื่องมือและซอฟต์แวร์ในการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งปัจจุบันยังมีหลักสูตรการฝึกอบรมเหล่านี้น้อยอยู่มาก จึงควรช่วยประสานงานจัดการฝึกอบรมให้กับกลุ่มนักวิจัยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จะช่วยให้การทำวิจัยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

- จำรัส เข็มนิล และพิศสม มะลิสวรรณ. (2546). **หอมระเหย...ศาสตร์แห่งการบำบัด**. นนทบุรี : มรดกสยาม.
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2545). งานวิจัยเรื่องโอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวกอล์ฟและสุขภาพในประเทศไทย : กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ความงามลานนา, โรงเรียน. (มปป.). **Body Massage , Facial massage, Aroma Massage**. มปท.
- ณัฐพันธ์ เขจรันันท์. (2544). **ยอดกลยุทธ์การบริหารสำหรับองค์กรยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัทด้านสุขภาพการพิมพ์ จำกัด.
- ตุลา มหาพสุธานนท์. (2545). **หลักการจัดการ หลักการบริหาร**. กรุงเทพฯ: พ.ศ.พัฒนา.
- เนตรพัฒนา ยาวีราช. (2548). **การจัดการสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัทเซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส จำกัด.
- ปวารณา อัจฉริยบุตรและคณะ. (2547). **โครงการวิจัยมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่**. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- พะยอม วงศ์สารศรี. (2538). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์สุภา จำกัด.
- พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สถาบัน. (2547). **ธุรกิจขนาดแผนไทย**. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สถาบัน. (2547). **ธุรกิจสปา**. กรุงเทพฯ : บริษัท เจเอสที พับลิชชิ่ง จำกัด.
- ศิรินยา. (2548). **น้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ**. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟิค จำกัด.
- สมคิด บางโม.(2545). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: บริษัทจูนพับลิชชิ่ง จำกัด.
- สมภพ ประธานธรรารักษ์ และพร้อมจิต ศรีลัมพ์. (2547). **สมุนไพรการพัฒนาเพื่อการใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้า.
- สาธารณสุข,กระทรวง. (2547). **คู่มือผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- . (2546). (ร่าง) **ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง การกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่สุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2546**. กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.

- (2546). **ประเทศไทย : ศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย**. นนทบุรี : สำนักงาน
 ปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- (2547). **เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง ความรู้สปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อเสริม
 สวย**. นนทบุรี : กระทรวงสาธารณสุข.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. (2546). รายงานความก้าวหน้าด้านการดำเนินยุทธศาสตร์
 ส่งเสริมการจัดบริการสุขภาพและการแพทย์ในเอเชีย. **ในการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อ
 บูรณาการตามแผนยุทธศาสตร์ วันที่ 17 – 18 เมษายน 2546 (หน้า 6-35)**. ภูเก็ต :
 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต.
- โสณัฏดา ปานซี. (2548). **เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง มาตรฐานสปาสากล**.
 ประจวบคีรีขันธ์: ชีวาศรม.
- โสรัจ ปานซี. (2548) . **เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง การนวดบำรุงผิวหน้าและสுகนธบำบัด**.
 ประจวบคีรีขันธ์: ชีวาศรม.
- (2546) . **เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง Spa management**. ประจวบคีรีขันธ์:
 ชีวาศรม.
- อรรถ เอกภาพสากล. (2547). **มหัศจรรย์น้ำมันหอมระเหย**. กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.
- อำไพ ชีแฮน. (มปป.). **Spa management**. เชียงใหม่ : สถาบันสอนออกแบบผมอำไพแอนด์
 บิวตี้สปา.
- วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน),ฝ่าย. (2546). **สปา...ธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา**. กรุงเทพฯ:
 krungsri.com. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2546, จาก [http://www.krungsri.com
 /HTML/ECONOMIC/ANALYSIS/july46_03.pdf](http://www.krungsri.com/HTML/ECONOMIC/ANALYSIS/july46_03.pdf)
- Faculty of Spa Management. (2002). **Elmcrest College of Applied Health Science and
 Spa Management** : elmcrestcollege.com. Retrieved December 4, 2003, from
http://www.elmcrestcollege.com/spamgmt/4-7-5_in-the-media.html
- Garrow, J. (2003, June). **Spa Surveys**. **Spa Management**. Retrieved December 4, 2003,
 from <http://www.spamanagement.com>

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1	แบบสอบถาม
ภาคผนวก 2	ประมวลภาพจากการศึกษา
ภาคผนวก 3	โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ NVIVO7
ภาคผนวก 4	ประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก
ภาคผนวก 5	สถานบริการที่ให้ข้อมูล
ภาคผนวก 6	ประวัติคณะผู้วิจัย

ภาคผนวก 1

แบบสอบถาม

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

คำชี้แจง

- มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่” โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยศึกษาประเด็น ต่อไปนี้
1. การวางแผนธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
 2. รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรของธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
 3. แนวทางการจัดสรรและการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
 4. รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการธุรกิจสปาในเขตจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
- เพื่อให้การศึกษานี้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีคุณภาพ จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และให้ความคิดเห็นตามความเป็นจริง
- โปรดตอบแบบสอบถาม โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ใน หน้าข้อความเพียง 1 ข้อความ ยกเว้นข้อที่ระบุให้ตอบได้หลายข้อ หรือเติมข้อความในช่องว่าง
- ข้อมูลในแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วนคือ
- ① ตอนที่ 1 : ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะของสถานประกอบการสปา
 - ① ตอนที่ 2 : การจัดการด้านการตลาด
 - ① ตอนที่ 3 : การจัดการด้านการบริหารจัดการองค์กร
 - ① ตอนที่ 4 : การจัดการด้านผลิตภัณฑ์
- ข้อมูลในแบบสอบถามนี้ จะไม่มีการเปิดเผย คณะผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ โดยจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติเท่านั้น

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถาม

*** **

ชื่อสถานบริการสปา (ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

เลขที่ หมู่..... ถนน..... ตำบล อำเภอ.....

โทรศัพท์ โทรสาร

Website E-mail

สปาตั้งอยู่ในโรงแรม อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ตอนที่ 1 : ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะของสถานประกอบการสปา

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุปี
3. ตำแหน่งของท่านในหน่วยงาน
 1) เจ้าของสปา/ กรรมการผู้จัดการ 2) ผู้จัดการสปา
 3) ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 4) ผู้จัดการฝ่ายบุคคล
 5) เป็นทั้งเจ้าของและผู้จัดการสปาเอง 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)
4. ที่ตั้งของสถานประกอบการสปา
 1) ภูเก็ต 2) พังงา 3) กระบี่
5. ลักษณะของสถานประกอบการสปาของท่าน
 1) เดย์สปา
 2) รีสอร์ทสปาซึ่งเป็นของโรงแรม / รีสอร์ทเอง
 3) รีสอร์ทสปาซึ่งเป็นสาขาจากต่างประเทศ
 4) รีสอร์ทสปาซึ่งทำสัญญาเช่าพื้นที่ในโรงแรมหรือรีสอร์ท
 5) เมดิคอลสปา
 6) สถานที่พักเพื่อให้บริการสปาโดยเฉพาะ (Destination Spa)
 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ)
6. จำนวนเตียงที่ให้บริการ
เตียงนวดไทย เตียง นวดน้ำมัน เตียง นวดเท้า เตียง
7. ทุนเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจสปา
 ต่ำกว่า 1 ล้านบาท 1 – 5 ล้านบาท
 สูงกว่า 5 ล้าน แต่ไม่เกิน 10 ล้านบาท 10 ล้านบาทขึ้นไป
8. เดือน ปีที่เปิดให้บริการสปาครั้งแรก เดือน.....พ.ศ.
9. ภูมิลำเนาของเจ้าของประกอบการสปา
 ภูเก็ต พังงา กระบี่ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
10. สาขาที่ท่านจบการศึกษาสูงสุด
11. ประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจสุขภาพ ปี
12. ท่านศึกษาความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจสปาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 อบรมระยะสั้น จาก (โปรดระบุชื่อสถาบัน)
 จบการศึกษาด้านการจัดการธุรกิจสุขภาพจาก (โปรดระบุชื่อสถาบัน)
 จบการศึกษาทางด้านจัดการจาก (โปรดระบุชื่อสถาบัน)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ตอนที่ 2 : การจัดการด้านการตลาด

1. ประเภทของบริการสปาที่ให้บริการ

- 1) การนวดตัวด้วยน้ำมัน (Aroma Massage)
- 2) การนวดไทย (Thai Massage)
- 3) การนวดประคบสมุนไพร (Thai Herbal Massage)
- 4) การทำทรีทเม้นต์หน้า (Facial Treatment)
- 5) การนวดเท้า (Foot Reflexology)
- 6) การนวดหลัง ไหล่ และศีรษะ (Back, Shoulder and Head Massage)
- 7) การขัดผิวด้วยสเม้นไพร การขัดผิวด้วยการห่อ (Body Scrub, Body Wrap /Mask)
- 8) การทำเล็บมือเล็บเท้า (Manicure / Pedicure)
- 9) การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage)
- 10) การบำบัดด้วยน้ำและความร้อน (Hydro and Thermal Therapy)
- 11) บริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Healthy Food and Beverage)
- 12) การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Exercise for Health)
- 13) การฝึกสมาธิ (Meditation)
- 14) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2. จุดแข็ง-จุดอ่อนของสถานประกอบการสปาของท่าน

ด้าน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
1) สถานที่		
2) บรรยากาศ		
3) พนักงานให้บริการ (Therapists)		
4) การบริการ		
5) ผลลัพธ์		
6) วัสดุ อุปกรณ์ในการ ให้บริการ		
7) ด้านอื่น ๆ		

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

3. โอกาสที่ท่านมองเห็นในการทำธุรกิจสปา

1) นโยบายของรัฐ / จังหวัด

.....
.....
.....

2) ภาวะเศรษฐกิจ

.....
.....
.....

3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย / ความนิยมด้านการดูแลรักษาสุขภาพ

.....
.....
.....

4) นโยบายทางด้านการท่องเที่ยว

.....
.....
.....

5) โอกาสด้านอื่น ๆ

.....
.....
.....

4. กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสปาของท่าน

1) ไทย

2) เอเชียตะวันออก

3) เอเชียใต้

4) ตะวันออกกลาง

5) อเมริกา

6) โอเชียเนีย

7) แอฟริกา

8) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. พฤติกรรมในการใช้บริการสปาของลูกค้าส่วนใหญ่

.....
.....
.....

6. จุดขายในการให้บริการสปาของท่าน

.....
.....
.....

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

7. ปัจจัยในการกำหนดอัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ต้นทุน 2) สภาพการแข่งขัน
- 3) ค่าคอมมิชชั่นของมัคคุเทศก์ 4) การทำสัญญากับบริษัทนำเที่ยว
- 5) การกำหนดราคากลางจากสมาคม หรือชมรมที่เกี่ยวข้องกับสปา
- 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. อัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาของท่าน

- 1) สมัครงบสมาชิกรายปี บาท/ปี
- 2) แยกประเภทของการให้บริการ
- 2.1 นวดน้ำมันบาท ต่อ.....ชั่วโมง.....นาที
- 2.2 นวดไทยบาท ต่อ.....ชั่วโมง.....นาที
- 2.3 นวดฝ่าเท้า / กดจุด บาท ต่อ..... ชั่วโมง..... นาที
- 2.4 การห่อตัว / ซัดตัวบาท ต่อ..... ชั่วโมง.....นาที
- 2.5 ทำหน้า / ซัดหน้า บาท ต่อ..... ชั่วโมง.....นาที
- 2.6 สตรีม / ชาวน่า บาท ต่อ..... ชั่วโมง.....นาที
- 2.7 การแช่ตัวในน้ำดอกไม้อ / สมุนไพร / น้ำมันหอมระเหย / อ่างจากุซซี่
ค่าบริการ..... บาท ต่อ..... ชั่วโมง.....นาที
- 2.8 การถอนขน (Waxing) บาท ต่อ..... ชั่วโมง.....นาที
- 2.9 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- 3) จัดทำเป็นแพคเกจจ
- 3.1 Full Day..... บาท ประกอบด้วย
.....
.....
.....
- 3.2 Half Dayบาท ประกอบด้วย
.....
.....
.....

9. กรุณาระบุ 3 ปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ท่านเลือกสถานที่แห่งนี้เป็นที่ตั้งของสถานประกอบการสปา

.....
.....
.....

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

10. ขนาดพื้นที่ในการทำธุรกิจสปา
11. ลักษณะการได้มาของพื้นที่
- 1) ซื้อ 2) เช่า 3) มีอยู่เดิม
12. ระยะเวลาในการจัดเตรียมสถานที่ก่อนเปิดให้บริการสปา
- 1) 6 เดือน 2) 1 ปี 3) มากกว่า 1 แต่ไม่เกิน 2 ปี
- 4) 2 ปีขึ้นไป 5) ไม่ทราบ
13. องค์กรที่ท่านจะต้องประสานงานด้วยในการจัดตั้งสถานประกอบการสปา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1) องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น 2) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
- 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 4) สำนักงานสรรพสามิตจังหวัด
- 5) สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด 6) สมาคมธุรกิจสปาแห่งประเทศไทย
- 7) ชมรมธุรกิจสปาของจังหวัด 8) กลุ่มแม่บ้าน (โปรดระบุ)...
- 9) โรงพยาบาล (โปรดระบุ)..... 10) สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
- 11) บริษัทนำเที่ยว / มัคคุเทศก์ 12) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

14. สปาของท่านเน้นการออกแบบสไตล์ใด

.....

.....

15. ลักษณะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาของท่านที่เคยทำมา
- 1) ลักษณะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาภายในประเทศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 1.1 การจัดทำโปสเตอร์ 1.2 การจัดทำใบปลิว 1.3 การใช้แผ่นพับ
- 1.4 การจัดทำเว็บไซต์ 1.5 การซื้อพื้นที่ในหน้านิตยสารภายในประเทศ
- 1.6 การซื้อพื้นที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ภายในประเทศ
- 1.7 การออกบูธร่วมกับภาคเอกชนแบละภาครัฐ
- 1.8 การซื้อสปอตโฆษณาวิทยุกระจายเสียงในห้องถิ่น
- 1.9 การซื้อสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์
- 1.10 การใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามท้องถนน
- 1.11 การจัดงานเปิดร้าน
- 1.12 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์
- 1.13 การบอกเล่าแบบปากต่อปากของลูกค้า
- 1.14 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- 2) ลักษณะการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาในต่างประเทศ
- 2.1 การจัดทำโปสเตอร์ 2.2 การจัดทำใบปลิว 2.3 การใช้แผ่นพับ
- 2.4 การจัดทำเว็บไซต์ 2.5 การซื้อพื้นที่ในหน้านิตยสารของต่างประเทศ

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

- 2.6 การซื้อพื้นที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ของต่างประเทศ
- 2.7 การออกทุนร่วมกับภาคเอกชนและภาครัฐในต่างประเทศ
- 2.8 การซื้อสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ของต่างประเทศ
- 2.9 การใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามท้องถนน
- 2.10 การเชิญสื่อมวลชนต่างประเทศมาใช้บริการสปา เพื่อให้เขาเผยแพร่ต่อ
- 2.11 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์
- 2.12 การบอกเล่าแบบปากต่อปากของลูกค้า
- 2.13 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

16. จากประสบการณ์ในการจัดการสปาที่ผ่านมา สื่อใดที่ใช้ได้ผลดีที่สุด

- 1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาภายในประเทศ
สื่อ
- 2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สปาในต่างประเทศ
สื่อ

17. ระยะเวลาที่ท่านตั้งเป้าว่าจะคุ้มทุนปี

18. ในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา

- ท่านคุ้มทุนในระยะเวลาปี
- ยังไม่คุ้มทุน

ตอนที่ 3 : การจัดการด้านการบริหารจัดการองค์กร

1. จำนวนบุคลากรทั้งหมด คน
2. ในสถานประกอบการสปาของท่านประกอบด้วยฝ่ายใดบ้าง

ฝ่าย	จำนวนคน
1) ฝ่ายต้อนรับ	
2) ฝ่ายการตลาด	
3) ฝ่ายแม่บ้าน	
4) พนักงานธุรการ	
5) พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapists)	
6) ผู้ฝึกอบรม	

ฝ่าย	จำนวนคน
7) ผู้จัดการสปา	
8) ฝ่ายยานพาหนะ	
9) ฝ่ายจัดการสวน	
10).....	
11).....	
12).....	

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

3. วิธีการสรรหาพนักงาน

- 1) ประกาศในสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ
- 2) นำมาจากบริษัทจัดหางาน
- 3) ติดต่อผ่านสำนักจัดหางานจังหวัด
- 4) รับเป็นนักศึกษาฝึกอบรมก่อนแล้วค่อยเป็นพนักงาน
- 5) ติดต่อผ่านทางมหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาโดยตรง
- 6) ค้นหาบุคลากรในหมู่บ้านจากต่างจังหวัด
- 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

4. ท่านต้องการคุณสมบัติของพนักงานในแต่ละตำแหน่งอย่างไร

- 1) ฝ่ายต้อนรับ มีตำแหน่งนี้ ไม่มีตำแหน่งนี้

คุณสมบัติของพนักงานต้อนรับ	ความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
1) ต้องจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป					
2) สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี					
3) สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้					
4) มีความรู้ภาษาอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือ ภาษาเกาหลี					
5) มีบุคลิกภาพดี					
6) มีมารยาทความเป็นไทย มีความอ่อนน้อม					
7) มีจิตใจบริการ					
8) มีทักษะทางการใช้คอมพิวเตอร์					
9) มีความรู้ด้านการบริการสปาขั้นพื้นฐาน					
10) มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา					
11) อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

- 2) ฝ่ายการตลาด มีตำแหน่งนี้ ไม่มีตำแหน่งนี้

คุณสมบัติของพนักงานฝ่ายการตลาด	ความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
1) ต้องจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป					
2) ต้องจบการศึกษาด้านการตลาดโดยตรง					
3) ต้องมีประสบการณ์ทำงานด้านการตลาด					
4) สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี					
5) สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้					
6) มีความรู้ภาษาอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือ ภาษาเกาหลี					

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

คุณสมบัติของพนักงานฝ่ายการตลาด	ความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
7) มีบุคลิกภาพดี					
8) มีมารยาทความเป็นไทย มีความอ่อนน้อม					
9) มีจิตใจบริการ					
10) มีทักษะทางการใช้คอมพิวเตอร์					
11) มีความรู้ด้านการบริการสปาขั้นพื้นฐาน					
12) มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา					
13) มีความสามารถในการจัดกิจกรรมทางการตลาด ภายนอกสถานที่					
14) อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

3) พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapists) มีตำแหน่งนี้ ไม่มีตำแหน่งนี้

คุณสมบัติของพนักงานสุขภาพบำบัด (Therapists)	ความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
1) ต้องจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป					
2) ต้องจบการศึกษาด้านการนวด หรือผ่านการอบรมด้านการ นวดที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้					
3) ต้องมีประสบการณ์ทางการนวดมาก่อน					
4) สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี					
5) สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้					
6) มีความรู้ภาษาอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือ ภาษาเกาหลี					
7) มีบุคลิกภาพดี					
8) มีมารยาทความเป็นไทย มีความอ่อนน้อม					
9) มีจิตใจบริการ					
10) มีทักษะทางการใช้คอมพิวเตอร์					
11) มีความรู้ด้านการบริการสปาขั้นพื้นฐาน					
12) มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา เช่น สมุนไพร น้ำมันหอมระเหย					
13) มีความรู้ในเรื่องการใช้อุปกรณ์ประกอบการบริการสปา เช่น อ่างน้ำวน ห้องสตีม ซาวน่า					
14) อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

4) ผู้จัดการสปา มีตำแหน่งนี้ ไม่มีตำแหน่งนี้

คุณสมบัติของผู้จัดการสปา	ความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
1) ต้องจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป					
2) มีความรู้ และทักษะทางด้านการบริหาร					
3) ต้องจบการศึกษาด้านการนวด หรือผ่านการอบรมด้านการนวดที่ได้รับ การรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้					
4) ต้องมีประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการสปามาก่อน					
5) ต้องมีประสบการณ์ในการจัดการสปามาก่อน					
6) ต้องมีประสบการณ์การอบรม หรือการทำงานจากต่างประเทศ					
7) สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี					
8) สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้					
9) มีความรู้ภาษาอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาเกาหลี					
10) มีบุคลิกภาพดี					
11) มีมารยาทความเป็นไทย มีความอ่อนน้อม					
12) มีจิตใจบริการ					
13) มีทักษะทางด้านการใช้คอมพิวเตอร์					
14) มีความรู้ด้านการบริการสปาเป็นอย่างดี					
15) มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา เช่น สมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นอย่างดี					
16) มีความรู้ในเรื่องการใช้อุปกรณ์ประกอบการบริการสปา เช่น อ่างน้ำวน ห้องสตรีม ชาวนา เป็นอย่างดี					
17) มีความคิดสร้างสรรค์ทางด้านการจัดตกแต่งสถานที่					
18) มีความสามารถในการผสมผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการสปา					
19) อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

5) ฝ่ายแม่บ้าน

.....

.....

.....

6) ผู้ฝึกอบรม

.....

.....

.....

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

7) พนักงานธุรการ

.....

8) ฝ่ายยานพาหนะ

.....

9) ฝ่ายจัดการสวน

.....

10) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

.....

5. แนวทางในการฝึกพนักงานก่อนเข้าทำงาน

1) จัดตั้งเป็นโรงเรียน

2) เชิญผู้ฝึกงานให้ความรู้

3) ส่งไปอบรมตามหน่วยงานที่จัดให้ความรู้

4) เรียนรู้จากหัวหน้างาน

5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการฝึกพนักงานใหม่เดือน

7. เงินเดือนเริ่มต้นของพนักงาน (บาท / เดือน)

ฝ่าย	เงินเดือนเริ่มต้น
1) ฝ่ายต้อนรับ	
2) ฝ่ายการตลาด	
3) ฝ่ายแม่บ้าน	
4) พนักงานธุรการ	
5) พนักงานสุขภาพบำบัด (Therapists)	
6) ผู้ฝึกอบรม	

ฝ่าย	เงินเดือนเริ่มต้น
7) ผู้จัดการสปา	
8) ฝ่ายยานพาหนะ	
9) ฝ่ายจัดการสวน	
10).....	
11).....	
12).....	

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

8. แนวทางการเพิ่มเงินเดือนของพนักงานบริการสปา

.....

.....

.....

9. สวัสดิการของพนักงาน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) มีที่พักให้
<input type="checkbox"/> 3) ให้ค่าทิปรวม
<input type="checkbox"/> 5) สามารถลาไปฝึกอบรมหาความรู้เพิ่มเติมได้
<input type="checkbox"/> 7) เสิมวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้
<input type="checkbox"/> 9) มีค่าคอมมิชชั่นจากการให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์
<input type="checkbox"/> 11) มีช่องเก็บของให้กับพนักงานเป็นส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 13) อื่น ๆ | <input type="checkbox"/> 2) ให้ค่าทิปเป็นรายคน
<input type="checkbox"/> 4) มีค่าเซอร์วิส ชาร์จ
<input type="checkbox"/> 6) ส่งไปทำงานต่างประเทศ
<input type="checkbox"/> 8) มีการแบ่งเปอร์เซ็นต์จากการให้บริการตามรายหัว
<input type="checkbox"/> 10) จัดบริเวณพักผ่อนให้กับพนักงาน
<input type="checkbox"/> 12) มีชุดยูนิฟอร์ม |
|--|--|

10. ท่านมีแนวทางการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานท่านอย่างไรบ้าง

ประเด็นในการอบรม	รูปแบบการอบรม	ระยะเวลา
1) การอบรมด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วย		
1.1		
1.2		
1.3		
1.4		
1.5		
2) การอบรมเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของพนักงาน		
2.1		
2.2		
2.3		
2.4		
3) การอบรมด้านอื่นๆ (โปรดระบุ)		
3.1		
3.2		
3.3		
3.4		

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

11. การจัดอบรมที่ท่านต้องการเพิ่มเติมให้กับพนักงาน

.....
.....
.....

12. ท่านคิดว่าพนักงานจะต้องมีความรู้เรื่องใดเป็นพิเศษหรือเฉพาะ

.....
.....
.....

ตอนที่ 4 : การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

1. การจัดการด้านรูป

.....
.....
.....

2. การจัดการด้านรส

.....
.....
.....

3. การจัดการด้านกลิ่น

.....
.....
.....

4. การจัดการด้านเสียง

.....
.....
.....

5. การจัดการด้านสัมผัส

.....
.....
.....

6. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

.....
.....
.....

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

7. แหล่งในการหาวัตถุดิบ

.....

.....

.....

8. ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ หรือวัตถุดิบขององค์กรอื่น

ปัจจัยในการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ หรือวัตถุดิบขององค์กรอื่น	ความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ต้องการ
1) ต้องเป็นบริษัทที่ผลิต ผลิตภัณฑ์สปาที่มีชื่อเสียงระดับโลก					
2) ต้องเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูง					
3) เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย ยุโรป อเมริกา					
4) เป็นหน่วยงานที่เป็นของคนไทย					
5) เป็นผลิตภัณฑ์สปาที่มาจากแหล่งน้ำแร่ที่ธรรมชาติอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงระดับโลก					
6) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองว่า ใช้กระบวนการผลิตโดยธรรมชาติ หรือมาจากออร์แกนิก ฟาร์ม (Organic Farm)					
7) ให้ส่วนแบ่งเปอร์เซ็นต์ของการใช้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า					
8) มีแพคเกจที่น่าดึงดูดใจ					
9) มีการบริการหลังขายที่ดี					
10) ส่งของหรือผลิตภัณฑ์ได้ตรงเวลา และครบถ้วน					
11) เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ไปดูงาน หรือกระบวนการผลิตในโรงงาน					
12) หลังการขายมีการจัดอบรมการใช้ผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้ในส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ					
13) สินค้ามีการประกันคุณภาพ					
14) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้เป็นราคาส่ง					
15) มีการส่งข้อมูลความก้าวหน้า ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอ					
16) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					
17)					
18)					

9. แนวทางการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา

.....

.....

.....

.....

.....

โครงการการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

10. ขั้นตอนในการบริการสปา

ก่อนทำทรีทเมนต์

.....

.....

.....

.....

.....

ระหว่างทำทรีทเมนต์

.....

.....

.....

.....

.....

หลังทำทรีทเมนต์

.....

.....

.....

.....

.....

11. ท่านได้ใช้วัฒนธรรมไทย หรือภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการบริการสปาอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

12. ท่านได้ใช้วัฒนธรรมอันดามัน หรือภูมิปัญญาอันดามันมาใช้ในการบริการสปาอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก 2
ประมวลภาพจากการศึกษา



ภาพที่ 1 รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ในสถานบริการ



ภาพที่ 2 การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ที่เน้นกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานบริการและนำมาประยุกต์รวมเป็นแพคเกจในการให้บริการ



ภาพที่ 3 การจัดการด้านรสนำน้ำสมุนไพรมาบริการโดยใช้ความรู้ในเรื่องธาตุเจ้าเรือนมาประยุกต์ใช้



ภาพที่ 4 การจัดการด้านสถานที่ที่เน้นความเป็นธรรมชาติและสอดแทรกเสียงธรรมชาติเข้าไป เช่น เสียงคลื่น เสียงฝน



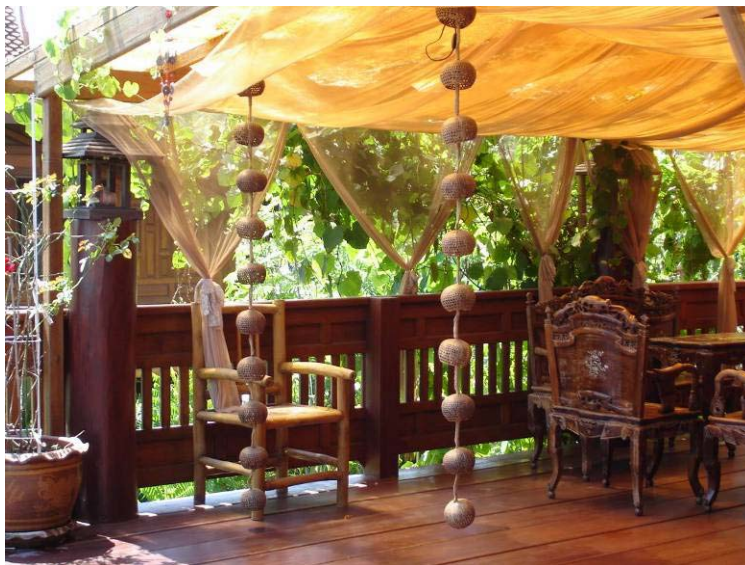
ภาพที่ 5 การออกแบบสถานที่ของผู้ประกอบการที่ออกแบบเป็นแบบโล่ง (Outdoor Spa) เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสบรรยากาศในขณะที่รับบริการ



ภาพที่ 6 การจัดการด้านบุคลากรมีการนำวัฒนธรรมสุโขทัยมาประยุกต์เป็นเครื่องแต่งกาย และแบ่งเป็นแต่ละแผนก เช่น แผนกต้อนรับ



ภาพที่ 7 เจ้าของ/ผู้ประกอบการสปามีส่วนสำคัญในการวางแผนในธุรกิจเช่น ด้านสถานที่ รูปแบบการให้บริการที่เป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย เช่น การนวดราชสำนัก เป็นต้น



ภาพที่ 8 การตกแต่งสถานที่ใช้วัสดุที่บอกความเป็นไทย ตลอดจนศิลปะความเป็นไทยมาประยุกต์ในสถานที่ที่ให้บริการ



ภาพที่ 9 การจัดสถานที่ที่ใช้น้ำในการบำบัด เน้นบรรยากาศที่ประดับด้วยไม้ไทยๆ ไม้ที่มีกลิ่นหอม และใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาประกอบ



ภาพที่ 10 สปาบางแห่งมองว่าการใช้ดอกไม้ที่เป็นดอกไม้ประจำถิ่น หรือดอกไม้ที่ปลูกในสถานบริการสปาเองถือเป็นเสน่ห์ ที่บ่งบอกความเป็นไทย ตลอดจนเป็นการลดค่าใช้จ่ายในเรื่องการซื้อดอกไม้ของสปาได้



ภาพที่ 11 ดอกไม้พื้นเมือง(เหลืองกระป๋อง) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ถูกนำมาประกอบสถานที่ของสถานบริการสปา เพื่อเป็นการสื่อถึงการเป็นสปาอันดามัน



ภาพที่ 12 ผู้จัดการสปาต้องพยายามหาความรู้เพิ่มเติมจากสปาต่างๆ หรือจากต่างประเทศ คุณสมบัติที่สำคัญของผู้จัดการสปา คือ มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ และมีความรู้ด้านการบริหารที่เป็นศาสตร์และศิลป์



ภาพที่ 13 พนักงานสุขภาพบำบัด ที่ทางสถานประกอบการสปาทุกแห่งอยากได้ ประการสำคัญคือ ต้องมีเจตคติในการทำงานบริการที่ดี มีใจรักในการบริการ มากกว่าที่จะมีประสบการณ์มาก เพราะทักษะการนวดเป็นสิ่งที่ฝึกสอนกันได้



ภาพที่ 14 วัสดุที่ใช้ในการให้บริการ ผ้าปูเตียง ปลอกหมอน ผ้าเช็ดตัว วัสดุที่ใช้ต่างๆ ต้องเปิดให้ลูกค้าดูว่าเป็นของใหม่ ตะกร้าขยะภายในห้องต้องไม่มีขยะเก่าอยู่



ภาพที่ 15 การจัดการด้านการให้บริการสปาในช่วงการทำทรีทเมนต์ภายในห้องที่ให้บริการมีการประดับดอกไม้ ใบไม้สดเพื่อให้ลูกค้าได้รับการผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ

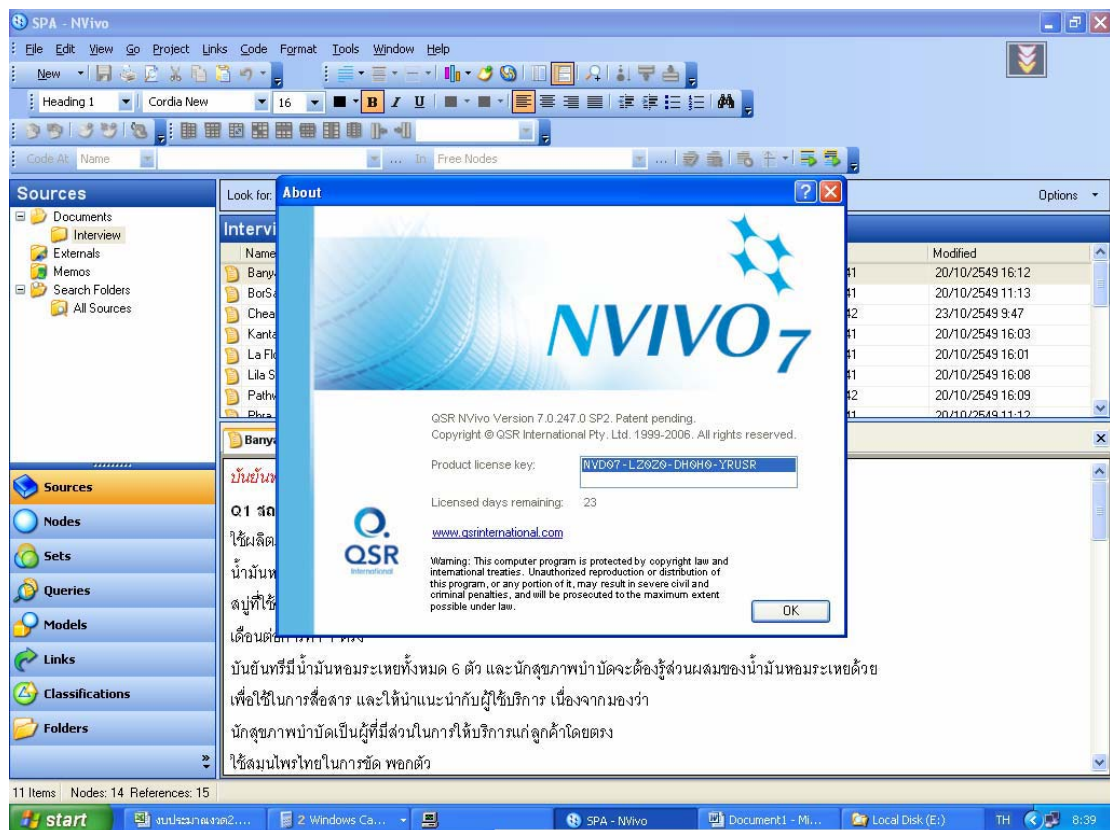


ภาพที่ 16 จุดพักผ่อนหลังจากลูกค้ารับบริการสปาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และมีการเสิร์ฟน้ำสมุนไพรร้อนหรือน้ำเปล่า บางสถานบริการจะนำของที่ระลึกที่มีความเป็นไทยมามอบเป็นของที่ระลึก เช่น พวงมาลัย

ภาคผนวก 3

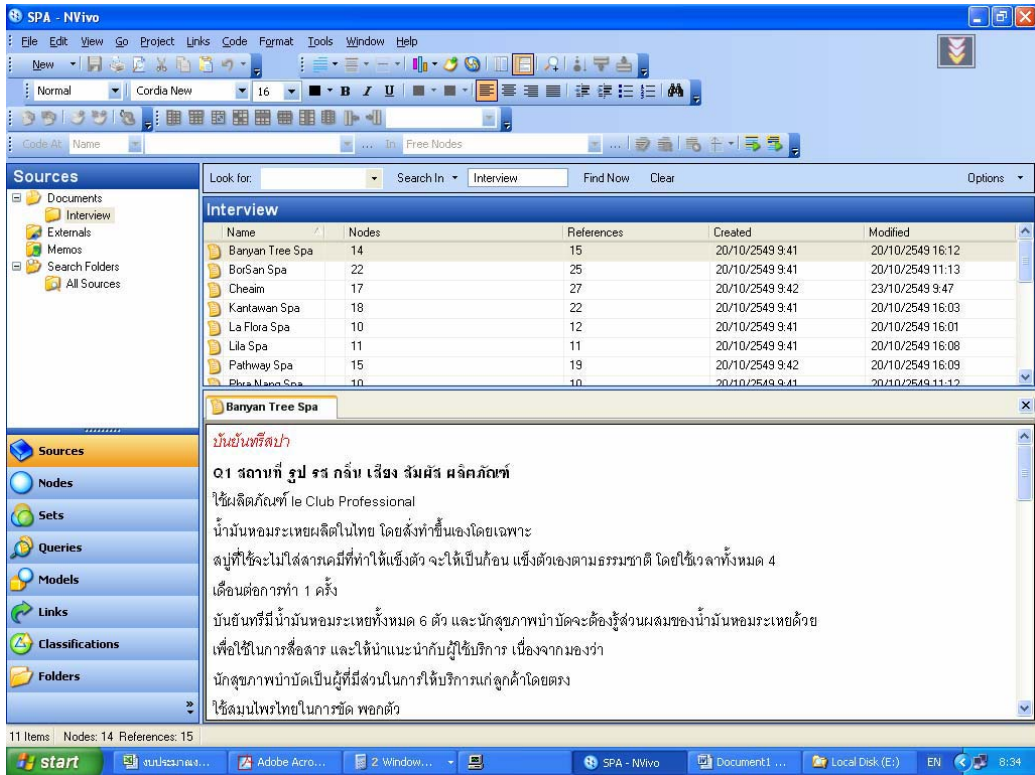
โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ NVIVO 7

โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ได้แก่ NVIVO 7 ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ผลิตโดยบริษัท QSR International (www.qsrinternational.com) สามารถใช้ทำงานวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพภาษาไทยได้บนระบบปฏิบัติการ Windows

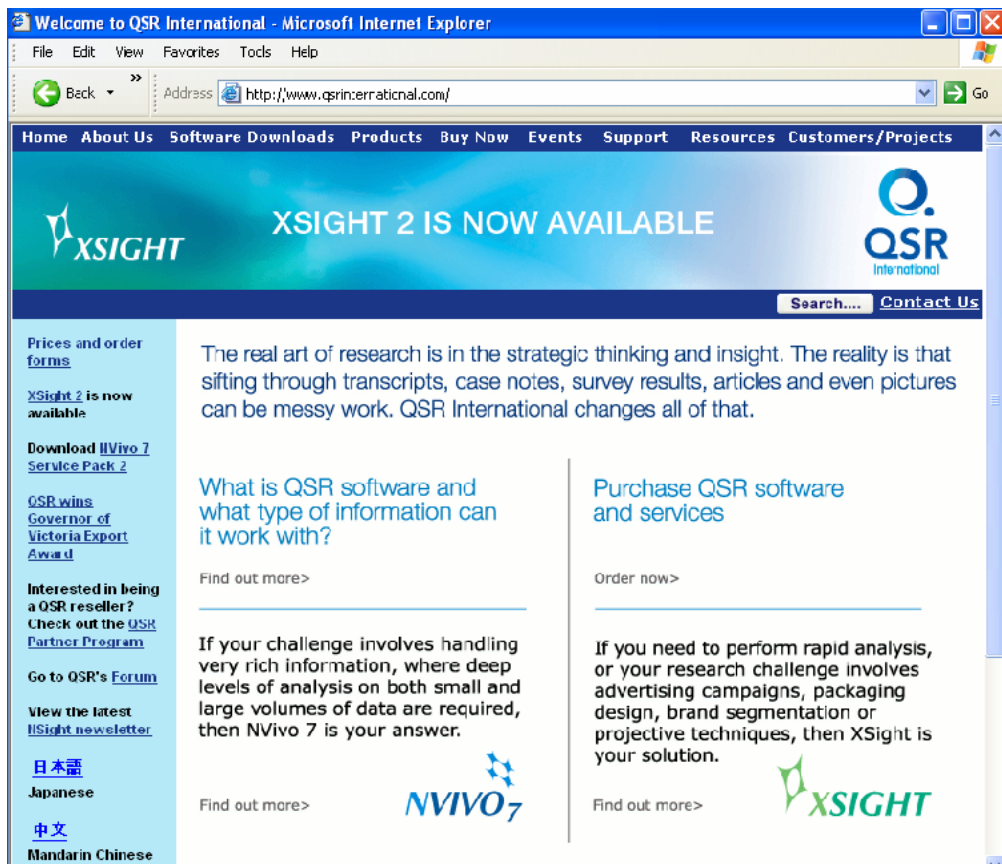


ภาพที่ 3-1 โปรแกรม NVIVO 7

โปรแกรม NVIVO 7 สามารถใช้งานกับโปรแกรม Microsoft Word ได้เป็นอย่างดี สามารถวิเคราะห์ผลภาษาไทยได้ หน้าจอจะคล้ายกับโปรแกรม Microsoft Office ทำให้สะดวกต่อการใช้งาน ประกอบกับมีระบบ Tutorial แบบภาพเคลื่อนไหว สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง

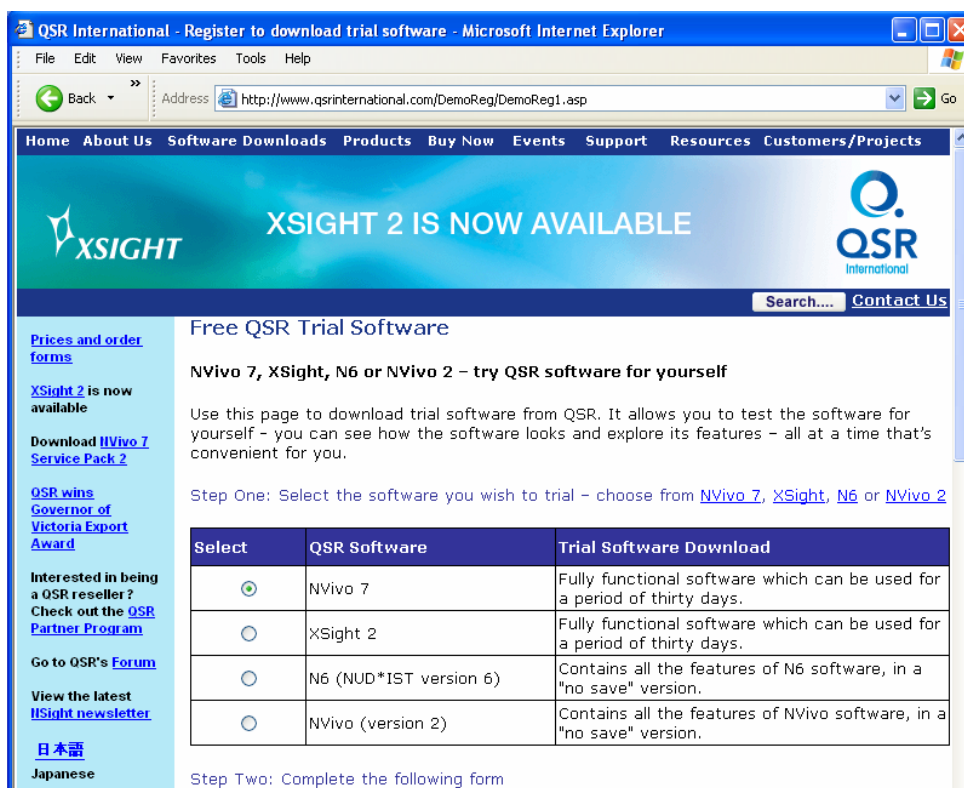


ภาพที่ 3-2 การใช้งานโปรแกรม NVIVO 7



ภาพที่ 3-3 หน้าจอเว็บไซต์ของบริษัท QSR International (www.qsrinternational.com)

ผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดโปรแกรมทดลองใช้ (Trial Version) ได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและสามารถใช้ได้ 30 วัน (<http://www.qsrinternational.com/DemoReg/DemoReg1.asp>) ดังภาพที่ 3-4



ภาพที่ 3-4 การดาวน์โหลดโปรแกรม NVIVO 7 โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

หากต้องการใช้งานนานกว่า 30 วัน สามารถซื้อผ่านเว็บไซต์โดยคลิกเมนูทางขวามือ Price and Order Forms โดยเลือกแบบ Educational Institution/Student ราคา 200 เหรียญสหรัฐอเมริกา และสามารถดาวน์โหลดจากหน้าเว็บเพจได้ทันทีหลังจากชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเรียบร้อยแล้ว

ประเด็นที่จะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา ใน 2 ประเด็นหลัก
ชื่อสถานประกอบการ.....
วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

1. ที่เป็นอยู่

● การวางแผนธุรกิจสปา

- การจัดการด้านบรรยากาศของสปา ความเรียบร้อยทั้งภายในและภายนอก ความสวยงาม (ด้านรูป)
- การจัดการด้านรส อาหารเครื่องดื่ม เครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ในการประกอบการให้บริการ ความสะอาดของอุปกรณ์
- การจัดการด้านกลิ่น กลิ่นที่นำมาใช้ในธุรกิจการบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย
- การจัดการด้านเสียง เพลงที่ใช้ในการบำบัดเพื่อผ่อนคลาย เสียงธรรมชาติ
- การจัดการด้านการสัมผัส ประโยชน์ที่ได้จากการนวด ข้อพึงระวัง ข้อห้าม ความรู้เรื่องน้ำมันหอมระเหยที่ใช้ในการผสมกับน้ำมันนวด

ปัญหาอุปสรรค.....

ข้อเสนอแนะ.....

● รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร

- การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรในองค์กร
 - เจ้าของกิจการ วางนโยบาย กำกับดูแล จัดหาแหล่งทุน กำหนดหน้าที่ของแต่ละแผนก
 - ผู้ดำเนินกิจการ(Spa Manager) ดำเนินตามนโยบาย วางกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ ควบคุมติดตามการปฏิบัติงาน จัดการเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ ตั้งงบประมาณการบริหาร
 - ผู้ฝึกอบรม(Trainer) อบรมบุคลากรให้เกิดความชำนาญ นำความรู้ใหม่ๆมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร และดูแลพนักงานภายใต้กรอบที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ดูแลความเรียบร้อยของสปา
 - พนักงานสุขภาพบำบัด(Therapist) ให้บริการตามหน้าที่ ดูแลรับผิดชอบความสะอาด แนะนำเบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการเรื่องการปฏิบัติตน ก่อน ระหว่าง หลัง เข้ารับบริการ พัฒนาทักษะในงานที่ตนเองรับผิดชอบ

- เจ้าหน้าที่การตลาด(Marketing and Public Relation) วางแผนกลยุทธ์และเป้าหมายการตลาด และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ดูแลเว็บไซต์ ให้ข้อมูลทางเมลล์
- พนักงานต้อนรับ(Reception) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ เมนูผลิตภัณฑ์ ทำประวัติลูกค้า นัดหมายการใช้บริการ ให้คำปรึกษาด้านการดูแลสุขภาพ เก็บเงิน ออกใบเสร็จ
- แม่บ้าน ดูแลความสะอาดเรียบร้อย สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ดูแลความสะอาดของเครื่องมืออุปกรณ์ ชักกรีต บริการเครื่องดื่ม จัดดอกไม้ ดูแลเปิดเปิดสปา
- พนักงานธุรการ จัดสรร คัดเลือกพนักงานใหม่ ทดสอบความรู้เบื้องต้น พัฒนาและประเมินผลงานบุคลากร จ่ายเงินเดือน จัดซื้อจัดหา คຸ້ມສິນຄ້າคคงคลัง ทำบัญชีมาตรฐาน การประกันสังคม ดูแลระบบสารสนเทศ ทำบัญชี ตรวจสอบอุปกรณ์ความปลอดภัยให้เป็นไปตามกำหนดของข้อกฎหมาย

ปัญหาอุปสรรค.....
ข้อเสนอแนะ.....

● **แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร**

- การฝึกอบรมพนักงานให้เกิดทักษะการนวดที่ดีเพื่อให้เกิดมาตรฐานที่ดี ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ในสปา ทักษะการใช้ภาษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ปัญหาอุปสรรค.....
ข้อเสนอแนะ.....

● **รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ**

- การจัดแพคเกจของผลิตภัณฑ์
- รักษาความสะอาดเรียบร้อยของบริเวณขายสินค้า เปลี่ยนรูปแบบการจัดวางเพื่อดึงดูดความสนใจ การแจ้งลูกค้าถึงกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ความสม่ำเสมอในการตรวจนับสินค้า(อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง) ตรวจสอบราคา

ขายปลีกสินค้าที่เหมือนกันไม่ให้เกิดความแตกต่าง ระบบการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดวางสินค้าให้ดึงดูดใจ ตรวจสอบเช็คสินค้าคงคลังเพื่อความถูกต้องและทำบันทึกไว้ เก็บรักษาสินค้าคงคลังไว้ในที่มือและเย็น การเก็บไม่ควรวางซ้อนกันสูงเกินไป ใช้ทฤษฎีควบคุมสินค้าคงคลัง FIFO(First In First Out)

ปัญหาอุปสรรค.....

ข้อเสนอแนะ.....

2. ที่เหมาะสมกับพื้นที่ในแถบอันดามันควรเป็นอย่างไร

- การวางแผนธุรกิจสถา
- รูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กร
- แนวทางการจัดสรรและพัฒนาบุคลากร
- รูปแบบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ



ภาคผนวก 5

รายชื่อสถานบริการที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์เชิงลึก และการการสนทนากลุ่มย่อย

ลำดับที่	ชื่อสถานประกอบการสปา	จังหวัด
1	กันต์วันสปา	กระบี่
2	จันดาราสปา	ภูเก็ต
3	เฉมเอมสปา	ภูเก็ต
4	ทรอปีคอลล เฮอร์เบิลสปา	กระบี่
5	ทิวสนสปา	ภูเก็ต
6	ธาราสปา	ภูเก็ต
7	บ่อแสนวิลล่าแอนด์สปา	พังงา
8	บันยันทรี	ภูเก็ต
9	บ้านธรรมชาติ	ภูเก็ต
10	พระนางอินน์	กระบี่
11	พੰนาราสปา	ภูเก็ต
12	ภูเก็ตเฮลสปา	ภูเก็ต
13	มโนราห์สปา	ภูเก็ต
14	มรดกสปา	ภูเก็ต
15	มะเดหวีสปา	กระบี่
16	มุกดาราสปา	พังงา
17	มุกดาสปา	พังงา
18	เรนทรีสปา	ภูเก็ต
19	เรือนรมย์สปา	ภูเก็ต
20	ลาฟอรั่วสปา	พังงา
21	เลอสปา	พังงา
22	ไฉล่าสปา	กระบี่
23	ศิวิลาสปา	ภูเก็ต
24	สบันงาสปา	ภูเก็ต
25	สโรจินสปา	พังงา
26	สวีสวีสปา	กระบี่
27	สุขโขสปา	ภูเก็ต
28	สุรินทร์ไทยสปา	ภูเก็ต

ภาคผนวก 6

ประวัติคณะผู้วิจัย

ประวัติหัวหน้าทีมวิจัย

ชื่อ-สกุล	นางปวารณา อัจฉริยบุตร Mrs. Pavarana Achariyabout
คุณวุฒิ	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาการระบาด
ตำแหน่ง	อาจารย์ 2 ระดับ 7
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โปรแกรมวิชาสุขศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ที่อยู่	21 ม. 6 ต. รัชฎา ถ.เทพกระษัตรี อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
โทรศัพท์	076-240474-7 ต่อ 415
โทรสาร	076-211778
E-mail	pa_achariya@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

- วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วิทยาการระบาด) มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิทยาศาสตรบัณฑิต (ชีววิทยา) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลงานวิจัย

- หัวหน้าโครงการวิจัยเรื่อง มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทูลสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปี 2547
- ทีมวิจัยเรื่อง การวิจัยการเรียนการสอนพระพุทธศาสนาตามหลักสูตรขั้นพื้นฐาน ปี 2546
- ทีมวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการปกครองแบบบูรณาการของจังหวัดภูเก็ต (ผู้ว่า CEO) ปี 2544 -2545
- หัวหน้าโครงการวิจัยเรื่อง แนวคิดและมุมมองเกี่ยวกับปัญหาโรคเอดส์ของประชาชน จังหวัดภูเก็ต ปี 2542

ประวัตินักวิจัย 1

ชื่อ-สกุล	นางจิราพร ประสารการ Mrs. Jiraporn Prasarnkarn
คุณวุฒิ	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ
ตำแหน่ง	อาจารย์ 1 ระดับ 5
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
ที่อยู่	21 ม. 6 ต. รัชฎา ถ.เทพกระษัตรี อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
โทรศัพท์	076-240474 - 7 ต่อ 510
โทรสาร	076-240223
E-mail	Hiranpra@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกภาษาและวรรณคดีอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผลงานวิจัย

- ทีมวิจัยเรื่อง มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทูลสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปี 2547
- ทีมวิจัยเรื่อง ศักยภาพและความต้องการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อกำหนดแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านเกาะพระทอง อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา ทูลสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปี 2546

ประวัตินักวิจัย 2

ชื่อ-สกุล	นางสาวขนิษฐา ธนาวิรัตน์านิจ Miss Khanitta Tanawirattananit
คุณวุฒิ	Master of Science (Industrial Engineering)
ตำแหน่ง	อาจารย์ 2 ระดับ 6
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โปรแกรมวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ที่อยู่	21 ม. 6 ต. รัชฎา ถ.เทพกระษัตรี อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
โทรศัพท์	076-240474 -7 ต่อ 762
โทรสาร	076-217677
E-mail	khanitta@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

- Master of Science (Industrial Engineering) University of Wisconsin – Madison, USA
- วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วิศวกรรมอุตสาหการ) คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานวิจัย

- ทีมวิจัยเรื่อง มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปี 2547