

บทที่ 4

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสปา

สปา หมายถึง การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ให้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส และเป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สปาเป็นการบำบัดแบบองค์รวมที่เน้นการป้องกันการเจ็บไข้ได้ป่วยมากกว่าการรักษาที่อาการ

วิวัฒนาการของสปา

สปา มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ กรีก โรมัน ที่มีการทำพิธีกรรมทางศาสนาด้วยการชำระล้างร่างกายจิตใจ และจิตวิญญาณด้วยน้ำ โดยมีการนำเอาศาสตร์ของอโรมาเธอราพีมาใช้ รวมถึง การอาบน้ำพุร้อน การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยในกลุ่มชนชั้นสูง ดังนั้น สปา ถือว่า ก่อกำเนิดราวศตวรรษที่ 17 จากเมืองเล็ก ๆ ในประเทศเบลเยียม ที่ตั้งอยู่ในดินแดนที่เรียกว่า เทือกเขาแห่งอาร์เคนเนส (Ardennes Mountains) ที่มีน้ำพุร้อนใช้ในการดูแลสุขภาพ เมืองนี้ได้รับการขนานนามว่า “Gen of The Ardennes” นอกจากนี้ยังรวมถึงการกำหนดสมาธิ การฝึกลมหายใจ การออกกำลังกาย หรือแม้แต่การเล่นโยคะ ที่จะทำให้ภาวะจิตเข้าสู่ความสมดุลและทำให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลาย และในประเทศจีนยุคก่อนก็ใช้สมุนไพรรักษาโรค ควบคู่กับการฝังเข็ม การนวดรักษาคนเจ็บ เป็นต้น สำหรับในประเทศไทยการบำบัดด้วยวิธีธรรมชาติโดยเฉพาะการนวด มีหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงที่ขุดพบที่ป่ามะม่วง จังหวัดสุโขทัย และในยุคสมัยกรุงศรีอยุธยา รัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชการแพทย์แผนไทยรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะการนวดไทยและในสมัยพระบรมไตรโลกนาถก็ได้มีการแบ่งส่วนราชการด้านการแพทย์ให้มีกรมหมอนวด ศาสตร์การนวดไทยบางส่วนได้สูญหายไปจากการเกิดภาวะของสงครามสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ จนกระทั่งในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงโปรดให้ปั้นรูปฤาษีคัณฑ์นครบ 80 ท่า และจารึกสรรพวิชาการนวดไทยลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพ แสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียดระดับบนผนังศาลารายและบนเสาวัดโพธิ์ ซึ่งได้ถูกสืบทอดต่อมาจนกระทั่งปัจจุบัน

จากวิวัฒนาการดังกล่าว จะพบว่าสปาเกิดขึ้นในยุโรปเป็นแห่งแรก และในอดีต สปา คือ สถานที่ที่ฟื้นฟูสุขภาพสำหรับผู้เจ็บป่วย และเป็นสถานที่ที่เน้นการบำบัดด้วยน้ำเป็นหลักแต่เมื่อสปาได้แพร่ขยายไปทั่วโลก คือ จากยุโรปไปยังอเมริกาและเอเชีย ความหมายของสปาจึงแตกหน่อออกไปอีกมากมาย ปัจจุบันสปาหลายแห่งในเอเชียได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวและติดอันดับหนึ่งในสิบสปาที่ดีที่สุดในโลกด้วย เนื่องจากสปาในยุโรปมีรูปแบบและบริการที่หนักไปทางการแพทย์ เรื่องบรรยากาศและอรรถศาสตร์ในการบริการจึงสู้สปาในเอเชียไม่ได้

สปาเป็นแนวทางธรรมชาติบำบัด การปรับสมดุลในร่างกายเพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกัน รวมถึงเทคนิคการฝึกจิตแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การบำบัดของสปาจะไม่ใช้ยาเคมีแต่จะบำบัดและรักษาด้วยวิถีธรรมชาติหรือการแพทย์ทางเลือก (Holistic Medicine) ซึ่งเป็นการบำบัดทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน หรือ เรียกว่า การบำบัดแบบองค์รวม (Holistic) ส่วนสปาแห่งใดจะเลือกใช้ชีวิตอะไรนั้นขึ้นอยู่กับจุดขายของแต่ละแห่ง เช่น สปาในประเทศไทยก็มีการนวดแบบไทย การแพทย์แผนไทย หรือ อายูรเวท เป็นต้น

ในประเทศไทยนั้นยุคนี้พบว่าธุรกิจสปาเฟื่องฟูมาก จากจุดเริ่มต้นเมื่อสิบกว่าปีก่อนที่มีธุรกิจสปาเพียง 3 แห่ง ปัจจุบันได้ขยายเป็นนับร้อยแห่ง มีหลาย ๆ เหตุผลที่ทำให้ธุรกิจสปาได้รับความนิยมมาก อาทิเช่น ธุรกิจสปาในประเทศไทยเป็นการผสมผสานอย่างลงตัวของการผ่อนคลายแบบตะวันตกกับการบำบัดแบบตะวันออก และด้วยพื้นฐานบุคลิกของคนไทยที่มีความอ่อนโยนเหมาะกับการบริการ ประกอบกับประเทศไทยยังมีพื้นฐานการใช้สมุนไพรและการนวดบำบัดแผนไทยมายาวนาน ข้อสำคัญคือประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ค่าใช้จ่ายต่ำกว่าประเทศอื่น และเมื่อธุรกิจสปาเกิดขึ้นจำนวนมาก ตลาดของธุรกิจสปาก็ขยายตัวจากเดิมที่เปิดบริการเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติมาจับกลุ่มลูกค้าคนไทยมากขึ้น จนเรียกได้ว่าประเทศไทยเป็น Spa Capital of Asia หรือ เมืองหลวงสปาแห่งเอเชีย

ลักษณะของธุรกิจสปา

ลักษณะของธุรกิจสปา สามารถแบ่งโดยยึดตามแนวองค์ความรู้ได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. ธุรกิจสปาตะวันตก (Western Spa) ได้แก่ สถานบริการทางสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก โดยมีมาตรฐานการให้บริการเป็นแบบตะวันตก เช่น การใช้อ่างน้ำวน การนวดแบบตะวันตก การอบซาวน่า อบไอน้ำแบบฝรั่ง มีการออกกำลังกายโดยอาศัยเครื่องมือ (Fitness) เป็นต้น

2. ไทยสปา (Thai Spa) เป็นสถานบริการทางสุขภาพที่ใช้น้ำเป็นหลัก มีมาตรฐานการให้บริการแนวเดียวกับประเทศตะวันตก แต่มีการประยุกต์ภูมิปัญญาทางตะวันออกและภูมิปัญญาไทยเข้าไปสู่สถานบริการในสถานที่ดังกล่าว

3. ไทยสปา หรือ ไทยสปายะ (Thai Sapaya) เป็นสถานบริการที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นหลัก ภูมิปัญญาที่โดดเด่น เช่น การนวดไทย การใช้ลูกประคบ การอบสมุนไพร การใช้เครื่องร่ำไทย สมุนไพรไทย อาหารไทย ผลไม้ไทย และดนตรีไทย

นอกจากนี้ ธุรกิจสปายังมีการแบ่งตามระดับการรักษาโรค ได้แก่

1. ธุรกิจสปาเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Spa)
2. ธุรกิจสปาเพื่อการบำบัดรักษาโรค (Medical Treatment Spa)

ประเภทของบริการในธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาโดยทั่วไปจะมีบริการที่หลากหลาย สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 หมวด ดังนี้

1. การนวด (Massage)

การนวด (Massage) แบ่งออกเป็น การนวดแบบตะวันออก และการนวดแบบตะวันตก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การนวดแบบตะวันออก การนวดที่เป็นที่นิยม มีดังนี้

การนวดไทยแบบราชสำนัก เป็นการนวดโดยใช้แรงกด หรือ บีบไปที่กล้ามเนื้อส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อให้ผ่อนคลาย โดยผู้ทำการนวด (Therapist) จะนั่งอยู่ข้าง ๆ ตัวผู้ใช้บริการ

การนวดไทยแบบเชลยศักดิ์ เป็นการนวดโดยใช้แรงกด หรือ บีบไปที่กล้ามเนื้อส่วนต่าง ๆ ของร่างกายเพื่อให้ผ่อนคลายเหมือนกับการนวดไทยแบบราชสำนักแต่แตกต่างกันที่ผู้ทำการนวด (Therapist) สามารถนั่งคร่อมตัวผู้ใช้บริการเพื่อทำการนวด

การนวดเท้า (Reflexology) หรือ บางครั้งเรียกว่า โซนเธอราพี (Zone Therapy) เป็นการกดจุดบนฝ่าเท้าสะท้อนผ่านเข้าไปยังอวัยวะสำคัญ ๆ ของร่างกายเพื่อบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ การนวดเป็นศาสตร์และศิลป์แขนงหนึ่งในการแพทย์ทางเลือก (Holistic Medicine) เนื่องจากฝ่าเท้าเปรียบเสมือนกระจกเงาสะท้อนภาพตำแหน่งอวัยวะสำคัญทุกแห่งของร่างกายมนุษย์

การนวดชิตสึ (Shiatsu) เป็นศาสตร์การนวดของญี่ปุ่น เป็นวิธีการนวดด้วยการกดนิ้วลงบนจุด หรือ สุโโบ (Tsubo) ตามแนวเส้นทางพลังงาน หรือเมอริเดียนที่ถูกปิดกั้นตามแนวคิดแบบโบราณของญี่ปุ่น ซึ่งพัฒนามาจากการนวดกดจุดของชาวจีนและถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงการไหลเวียนของพลังชีวิต หรือ ชี ในร่างกาย โดยเป็นศาสตร์การสัมผัส ลูบคลำอย่างละเอียดอ่อนเพื่อค้นหาความผิดปกติในร่างกาย คำว่า ชี ในภาษาญี่ปุ่น หมายถึง “นิ้ว” และอิตสึ หมายถึง “การกด” ซึ่งความหมายโดยตรงของคำว่า ชิตสึ คือ การกดนิ้ว

การนวดศีรษะ เป็นการนวดศีรษะเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด จะทำให้ระบบประสาทตื่นตัว จะทำให้รู้สึกสบาย การไหลเวียนโลหิตดีขึ้น

1.2 การนวดแบบตะวันตก การนวดที่เป็นที่นิยมมีดังนี้

การนวดอโรมาเธอราพี คือ การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Essential Oils) เพราะน้ำมันหอมระเหยบางชนิดมีผลกระตุ้นการไหลเวียนโลหิต ทำให้หัวใจและสมองทำงานได้ดี ช่วยเพิ่มออกซิเจนให้กับเนื้อเยื่อ และช่วยให้ร่างกายจัดของเสียออกไปทางไตได้เร็วมากขึ้น

การนวดสวีดิช เป็นการนวดเพื่อให้ผ่อนคลายโดยมีอุปกรณ์ช่วยในการนวด เช่น การใช้หินนวด เป็นต้น

การนวด Manual Lymphatic Drainage เป็นการนวดเพื่อกระตุ้นให้การไหลเวียนของโลหิตดีขึ้น โดยการใช้มือคลึง และกดตามจุดต่าง ๆ

2. ชาราบ้ำบัด หรือ วารีบำบัด (Hydrotherapy)

2.1 วารีบำบัด หรือ ชาราบ้ำบัด (Hydrotherapy) เป็นการนำเอาคุณสมบัติของน้ำมาใช้เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย ชาราบ้ำบัด มีรากฐานมาจากความเชื่อที่ว่า น้ำเป็นส่วนประกอบสำคัญของร่างกายคนเรา น้ำไม่ว่าจะอยู่ในรูปเป็นของเหลว น้ำแข็ง หรือ ไอ่น้ำ สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยผ่อนคลาย กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด กำจัดของเสียออกจากร่างกาย ลดอาการปวดเกร็ง ปัจจุบันมีการนำเอาวารีบำบัดมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งการรักษาโรค เสริมสุขภาพ และเสริมความงาม

2.2 การอบซาวน่า (Sauna) หรือการอบไอน้ำ (Stream Room) การอบซาวน่า หรือ การอบไอน้ำ ช่วยในการระบายของเสียออกมาในรูปของเหงื่อ วิธีการคือ ผู้ใช้บริการจะเข้าตู้อบซาวน่า ประมาณ 10-20 นาที เมื่อเหงื่อออกมากให้อาบน้ำเย็นจากฝักบัว หรือ ลงแช่ในอ่างน้ำเย็น ซึ่งน้ำเย็นจะช่วยให้เร่งการหมุนเวียนของเลือดได้ดี ปลูกเร้าให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า ควรอบไอน้ำสลับกับการอาบน้ำเย็นไปมา 1-3 รอบ และจบลงด้วยการอาบน้ำเย็น ซาวน่านอกจากจะกระตุ้นการหมุนเวียนของเลือดได้ดี แล้วยังช่วยกระตุ้นการทำงานของผิวหนัง กระตุ้นการหายใจ และทำให้รู้สึกผ่อนคลายและช่วยให้หลับสนิท และทำให้ผิวพรรณสดใส

2.3 อ่างน้ำวน (Jacuzzi) อ่างน้ำวนประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ ส่วนแรก หัวฉีดที่พ่นน้ำแรง ๆ ออกมากระทบร่างกายลักษณะเหมือนกับการนวดด้วยน้ำจะช่วยกระตุ้นระบบประสาท และเส้นเลือดตามผิวหนัง ทำให้การหมุนเวียนของเลือดดีขึ้น ส่วนที่สอง ท่อพ่นอากาศเพื่อเกิดฟองอากาศทั่วทั้งอ่าง ทำให้ในอ่างมีปริมาณออกซิเจนมากขึ้นทำให้ผิวหนังได้รับออกซิเจน และทำให้เกิดความรู้สึกสบายและผ่อนคลายได้ดี

3. การทำความสะอาดผิวกาย (Body Treatment)

การทำความสะอาดผิว โดยการใช้โลชั่นสมานผิวกาย เช่น

การขัดผิว (Exfoliation) คือ การทำความสะอาดผิวกาย เพื่อให้ผิวกายผุดผ่อง แลดูอ่อนกว่าวัย และทำให้รูขุมขนคลาย

การพอกผิว (Body Mask) คือ การทำให้ผิวพรรณได้รับความชุ่มชื้น เปล่งปลั่ง

การพันตัว (Body Wrap) คือ การทำการกล่อมเนื้อให้ดึงกระชับไม่หย่อนยาน เสมือนกับการออกกำลังทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรง พร้อมทั้งเป็นการขับเหงื่อ ขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย ควบคุมอุณหภูมิในร่างกายให้คงที่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

4. การทำความสะอาดผิวหน้า (Facial Treatment)

การทำความสะอาดผิวหน้า เป็นศาสตร์ว่าด้วยความงาม จะมีขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

- การล้างหน้า (Cleansing)
- การปรับสภาพผิว (Toning)
- การขัดหน้าหรือ การลอกหน้า (Scrub or Exfoliating)
- การนวดหน้า (Massage)
- การพอกหน้า (Mask)
- การบำรุงผิว (Moisturizing)

การให้บริการในธุรกิจสปาประเภท เดย์สปา (Day Spa)

จากการแบ่งหมวดการให้บริการดังกล่าว ในธุรกิจประเภทเดย์สปา จึงได้นำหลักการให้บริการดังกล่าวข้างต้นมาให้บริการ โดยจะแบ่งการบริการ ดังนี้

1. บริการนวด (Massage) จะมีให้บริการ อยู่ 3 ประเภท คือ

การนวดไทย (Thai Massage) จะเป็นการนวดแผนโบราณเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ

การนวดอโรมาเธอราพี (Aromatherapy Massage) จะเป็นการนวดโดยใช้น้ำมันหอม

ระเหย

การนวดฝ่าเท้า (Foot Massage) จะเป็นการนวดกดจุด ที่ฝ่าเท้าเพื่อผ่อนคลาย

2. บริการธาราบำบัด หรือ วารีบำบัด (Hydrotherapy) เช่น

บริการอบซาวน่า (Sauna) หรือบริการอบไอน้ำ (Stream Room) เพื่อทำการขยายรูขุมขน เพื่อให้มีการขับถ่ายของเสียออกจากร่างกาย โดยมีสมุนไพรไทยช่วย

บริการอ่างน้ำวน (Jacuzzi) โดยการใช้แรงดันของน้ำนวดตามร่างกายเพื่อให้รูขุมขนคลาย

3. บริการทำความสะอาดผิวกาย (Body Treatment) เช่น

บริการขัดผิว (Body Scrub) บริการขัดผิวโดยให้สมุนไพรไทย

บริการพอกผิว (Body Mask) บริการพอกผิวด้วยสมุนไพรไทย เช่น ขมิ้นชัน เป็นต้น

บริการพันตัว (Body Wrap) บริการนำแผ่นพลาสติกใสมารอบตัว และทิ้งไว้

ประมาณ 10-15 นาที เพื่อให้กล้ามเนื้อกระชับขึ้น เป็นต้น

4. บริการการทำความสะอาดผิวหนัง (Facial Treatment) เช่น

การล้างหน้า (Cleansing)

การปรับสภาพผิว (Toning)

การขัดหน้าหรือ การลอกหน้า (Scrub or Exfoliating)

การนวดหน้า (Massage)

การพอกหน้า (Mask)

การบำรุงผิว (Moisturizing)

ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจสปา

เนื่องจากรัฐบาลมีการส่งเสริมให้มีการทำธุรกิจบริการสุขภาพให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับนานาชาติ ทั้งในด้านการบริการ คุณภาพบริการ และวิธีการบริการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งได้แก่ ธุรกิจสปา เพื่อให้ธุรกิจดังกล่าวมีการพัฒนาที่ก้าวหน้า และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการให้กับผู้ใช้บริการ กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงได้จัดทำประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อที่การรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 ขึ้น เพื่อเป็นมาตรฐานในการรับรองมาตรฐานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพนวดเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อเสริมสวย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ใช้บริการ มีความเชื่อมั่นบริการ สาระสำคัญของประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับนี้ประกอบด้วย 3 หมวด คือ

หมวดที่ 1 สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 มาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 2 มาตรฐานกิจการนวดเพื่อสุขภาพ

ส่วนที่ 3 มาตรฐานกิจการนวดเพื่อเสริมสวย

หมวดที่ 2 มาตรฐานของสถานที่บริการและผู้ให้บริการ มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 มาตรฐานสถานที่

ด้านที่ 2 มาตรฐานผู้ดำเนินการหรือผู้ประกอบการ

ด้านที่ 3 มาตรฐานผู้ให้บริการ

ด้านที่ 4 มาตรฐานการบริการ

ด้านที่ 5 มาตรฐานความปลอดภัย

หมวดที่ 3 หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานได้ กำหนดกลไกการดำเนินการทางกฎหมายไว้ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 การออกและเพิกถอนใบรับรองมาตรฐาน

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินธุรกิจสปาที่จะต้องศึกษาในรายละเอียด และขั้นตอนการปฏิบัติให้เข้าใจ เพื่อจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้องต่อไป

รูปแบบการจัดการในธุรกิจสปา (Spa Management Model)

ในการทำธุรกิจสปาประเภทเดย์สปา ซึ่งส่วนใหญ่จะให้บริการตามอาคารพาณิชย์ที่พักอาศัย หรือตามห้างสรรพสินค้า เพราะเป็นบริการในช่วงระยะเวลาสั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของสถานที่ตั้ง การดำเนินการตกแต่งสถานที่เพื่อให้ผู้ใช้บริการสนใจ ฟังพอใจ และอยากใช้บริการ ในขั้นต้นผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการในเรื่อง ดังนี้

1. การจัดการในด้านการตอบสนองความต้องการ (Demand Management) มีส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ

1.1 การจัดการในเรื่องรูปแบบ (Sight Factor) เป็นการบริหารจัดการสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ เช่น การเลือกใช้สี (Color) ให้เหมาะสม การเลือกใช้แสง (Light) ให้มีแสงสว่างที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายเมื่อเข้ามาใช้บริการ การสร้างบรรยากาศ (Atmosphere) การสร้างบรรยากาศที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายเสมือนหนึ่งว่าได้เข้ามาพักผ่อน อุณหภูมิมีความพอดีไม่ร้อนหรือหนาวจนเกินไป การจัดพื้นที่ (Land Scape) การจัดพื้นที่ใช้สอย และจัดวางอุปกรณ์ให้เหมาะสม มองแล้วรู้สึกสบาย

1.2 การจัดการในด้านรูปแบบของเสียง (Sound Factor) เสียงเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในธุรกิจสปา กลุ่ม Music Therapy เป็นกลุ่มดนตรีเพื่อการบำบัดเพราะว่าเสียงดนตรีจะส่งผลกระทบต่อจังหวะการเต้นของหัวใจ ผู้ประกอบการธุรกิจต้องเลือกดนตรีเพื่อการบำบัด โดยอาจจะ

เลือกดนตรีที่ปรุงแต่งขึ้นจากเสียงดนตรีผสมเสียงธรรมชาติ เช่น เสียงน้ำไหล เสียงนกร้อง และไม่ควรรีเลือกเสียงเพลงที่มีคนร้องเพราะจะทำให้ผู้ใช้บริการร้องคลอตามในใจส่งผลให้ผู้ใช้บริการไม่ได้พักผ่อนหรือรู้สึกผ่อนคลายอย่างเต็มที่ และระดับของเสียงต้องไม่ดัง หรือ เบาจนเกินไป

1.3 การจัดการปัจจัยที่สัมผัสได้ (Touch Factor) ปัจจัยที่สัมผัสได้ คือ การจัดทำ Spa Menu เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ถูกต้องตรงกับความต้องการ และเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการในโอกาสต่อไป

1.4 การจัดการในเรื่องของกลิ่น (Smell Factor) การใช้กลิ่นในธุรกิจสปาจะมุ่งเน้นเพื่อการบำบัด หรือรู้สึกสบาย การคัดเลือกกลิ่นมาใช้เป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะมีผู้ใช้บริการบางรายอาจแพ้กลิ่นหรือไม่ชอบกลิ่นดังกล่าว ดังนั้นผู้ประกอบการต้องทำการศึกษาเพิ่มเติม

1.5 การจัดรูปแบบการกิน (Taste Factor) การให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารการกิน หรือที่เรียกว่า Spa Cuisine โดยให้ผู้ใช้บริการทราบถึงคุณประโยชน์ของอาหาร โดยเฉพาะกลุ่มอาหารจำพวกผัก หรือกลุ่มน้ำดื่มเพื่อสุขภาพ

1.6 การพัฒนาบริการเสริมอื่น (Developing Complementary Services) คือ การพัฒนาบริการอื่นเพิ่มขึ้นในธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในตัวบริการ หรือการให้บริการเป็น Package เพื่อเพิ่มความแตกต่างในธุรกิจสปาประเภทเดียวกัน

1.7 การพัฒนาระบบการจอง (Developing Reservation Systems) มีการรับรองในการใช้บริการเพื่อลดข้อขัดแย้งของผู้ใช้บริการกรณีที่มาขอใช้บริการในแต่ละครั้ง และในการยกเลิกจะต้องมีการกำหนดเวลาไว้ว่าต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนเป็นเวลาเท่าใดจึงจะสามารถยกเลิกได้ เพื่อเจ้าหน้าที่ของธุรกิจสปาจะได้ทำการเปลี่ยนแปลงแผนการปฏิบัติงาน (Operating Plan) ในแต่ละวัน

1.8 การประมาณการความต้องการที่ไม่ได้มาจากกลุ่มผู้ใช้บริการมุ่งหวัง (Partitioning Demand) คือ ผู้ประกอบการจะต้องทำการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการที่อยู่นอกเหนือจากกลุ่มผู้ใช้บริการที่มุ่งหวัง เพื่อจะได้วางแผนการให้บริการไว้รองรับความต้องการดังกล่าว

1.9 การกำหนดราคาที่สูงใจลูกค้า (Establishing Price Incentives) การกำหนดราคาพิเศษในเทศกาล วันสำคัญต่าง เพื่อสร้างแรงจูงใจ เช่น ครบรอบวันเปิดธุรกิจ หรือ วันสำคัญ ๆ เช่น วันแม่ เป็นต้น

1.10 การส่งเสริมการขายในช่วงที่มีผู้ใช้บริการน้อย (Promoting Off-Peak Demand) ทำการสำรวจการใช้บริการของผู้ใช้บริการว่าช่วงไหนเป็นช่วงที่มีผู้ใช้บริการน้อย อาจจะมีการกำหนดการส่งเสริมการขาย ในช่วงดังกล่าวเพื่อดึงให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการเพิ่มขึ้น เป็นต้น

2. การจัดการในเรื่องการให้บริการ : ในเรื่องการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาจะต้องมีการจัดการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 บุคลากร (Personal) มีการแบ่งแยกหน้าที่และจัดตารางเวลาทำงานให้เหมาะสมเพื่อขจัดปัญหาขาดแคลนแรงงาน กำหนดเงื่อนไขในการทำงาน และการลาไว้อย่างชัดเจน

2.2 ระบบการจัดการ (Operation System) มีการจัดการระบบการทำงานแบบวันต่อวัน มีการบันทึกการจอง บันทึกการเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการในแต่ละวัน พร้อมมีการบันทึกรายละเอียดด้านบัญชีให้ถูกต้องด้วย

2.3 การจัดเตรียมห้องให้บริการ (Preparation of Treatment Room) มีการจัดเตรียมห้องให้พร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ และมีการเคลียร์ห้องหลังจากมีการใช้บริการเรียบร้อยแล้ว

2.4 การต้อนรับที่อบอุ่น และมีอริยาศัย (Increasing Customer Participation) มีการอบรมเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอถึงมรรยาทในการให้บริการ เน้นให้พนักงานมีการต้อนรับที่อบอุ่น และมีอริยาศัยเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย และสอบถามถึงปัญหาของการใช้บริการในแต่ละครั้ง และข้อเสนอแนะ(ถ้ามี)

2.5 การควบคุมสินค้าคงเหลือ (Managing Inventory Control System) มีการควบคุม สินค้าคงเหลือ ได้แก่ วัสดุที่ใช้ในบริการทำสปา ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่ามีสินค้าคงเหลือเพียงพอกับการให้บริการ และกำหนดการที่จะสั่งซื้อในงวดต่อไปถ้าสินค้าคงเหลือมีน้อยกว่าปริมาณที่จะต้องใช้

การดำเนินการด้านการตลาด

นอกจากจะศึกษาถึงต้นทุนผลตอบแทน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว การตลาดก็เป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจสปา การที่จะทำให้ธุรกิจสปาสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในระยะยาว การวางแผนการตลาด (Marketing Plan) จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรที่จะศึกษา และทำความเข้าใจ เพื่อจะได้วางแผนในการดำเนินการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กลยุทธ์ที่นำมาใช้ คือ กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) และบุคลากร (Personal) มีดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านบริการ (Product)

การให้บริการในธุรกิจสปาประกอบด้วยหลาย ๆ ด้าน เช่น รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส การจัดการในแต่ละด้านจึงมีความแตกต่างกัน ผู้บริหารสปาจึงจำเป็นต้องรู้จักประกอบในแต่ละด้านว่าต้องมีการดูแลให้เกิดถูกต้องและเหมาะสมกับธุรกิจสปา โดยมีรายละเอียด ดังนี้.-

ด้านรูป หรือ บรรยากาศภายในของธุรกิจสปา และความสวยงามของสถานที่ทั้งภายในและภายนอกที่สามารถสัมผัสได้ด้วยตา

ด้านรส ต้องถูกสุขอนามัย โดยเน้นถึงความสะดวกของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ใช้ประกอบการให้บริการ เครื่องดื่มและอาหารจะเน้นถึงหลักของโภชนาการ

ด้านกลิ่น เป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการในธุรกิจสปา เพราะการบำบัดแบบองค์รวมจะต้องสร้างความสมดุลทั้งกาย ใจ จิตวิญญาณ กลิ่นมีผลต่อระบบการหายใจ ระบบย่อยอาหาร ระบบความจำ โดยเฉพาะการควบคุมอารมณ์ การเลือกใช้กลิ่นต้องเลือกกลิ่นจากน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากธรรมชาติเท่านั้น

ด้านเสียง เสียงเพลงที่ใช้ในธุรกิจสปาจะเป็นเพลงบำบัด ที่มีผลโดยตรงต่อการเต้นของหัวใจ และช่วยให้ผู้ฟังมีอารมณ์ที่ผ่อนคลาย อาทิเช่น เสียงธรรมชาติหรือดนตรีบรรเลง เป็นต้น

ด้านสัมผัส รายได้หลักของธุรกิจสปา ส่วนใหญ่มาจากการนวด ดังนั้นผู้ให้บริการต้องรู้ถึงประโยชน์ของการนวดในแต่ละชนิด ข้อพึงระมัดระวังในการนวด ข้อห้ามสำหรับบุคคลบางประเภทที่ห้ามนวด และต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำมันหอมระเหยเป็นอย่างดี

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาแต่ละโปรแกรมในการให้บริการ ต้องคำนึงถึงต้นทุนการดำเนินการ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งในการตั้งราคาอาจจะทำได้หลายวิธี เช่น ตั้งจากราคาทุนบวกด้วยกำไรที่ต้องการ หรือดูจากคู่แข่งกัน หรือไม่อาจใช้เกณฑ์การตั้งราคาโดยการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธุรกิจสปาที่เหมือนกันบางครั้งราคาอาจจะไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของกิจการ บางครั้งก็มีการกำหนดราคาที่ลดลงในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้ในธุรกิจสปา เป็นต้น

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ที่เป็นจุดให้บริการหรือที่มีการกระจายสินค้าบริการ ซึ่งธุรกิจสปาแต่ละแห่งจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายของเจ้าของหรือผู้ประกอบการของธุรกิจสปานั้น ๆ ในปัจจุบันช่องทางการจำหน่ายมักจะจำหน่ายเป็นชุด (Package) หรือไม่ก็เข้าร่วมงานนิทรรศการ ตั้งเคาน์เตอร์ตามห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

4. กลยุทธ์ด้านประชาสัมพันธ์ (Promotion)

การส่งเสริมการขายเป็นระยะๆ เป็นวิธีที่นิยมใช้ เพราะจะทำให้มีกลุ่มผู้ใช้บริการรายใหม่ ๆ ได้เข้ามาทดลองใช้บริการ การทำแผ่นพับใบปลิว การประชาสัมพันธ์ร่วมกับการท่องเที่ยวในจังหวัด หรือการลงโฆษณาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น รวมถึงการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (Personnel)

มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการนวดที่ดีให้ความสำคัญในการรักษามาตรฐาน และธุรกิจสปาจะต้องมีพนักงานนวดที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขแล้วเพื่อความปลอดภัยต่อผู้มาใช้บริการ และถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของกระทรวงสาธารณสุข มีการอบรมให้พนักงานมีทักษะในการให้บริการอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการให้บริการ การนวด ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปา

ความได้เปรียบของการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจสปา

ในการดำเนินธุรกิจสปาให้ประสบผลสำเร็จ ได้เปรียบคู่แข่ง ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจและศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำมาประกอบการตัดสินใจดำเนินงานของธุรกิจสปา ปัจจัยที่ต้องพิจารณา ได้แก่

1. คู่แข่งขัน (Competition) ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจและศึกษาถึงวิวัฒนาการและความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสปา เพื่อจะช่วยให้หรือใช้เป็นแนวคิดในการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจสปาในอนาคต
2. ผู้ใช้บริการ (Customer) มีการกำหนดกลุ่มผู้ให้บริการให้ชัดเจนเพื่อให้มีการให้บริการตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยเน้นความพึงพอใจและการให้การบริการที่มีคุณภาพ
3. อุปทาน (Suppliers) มีการฝึกอบรมพนักงานนวด (Therapist) ให้มีความรู้ในเรื่องของการนวดและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจสปาอยู่เสมอ สอบถามถึงความพึงพอใจของการใช้บริการจากผู้ใช้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข จัดเตรียมสถานที่ เจ้าหน้าที่ให้มีความพร้อมที่จะให้บริการ
4. ความแตกต่าง (Differentiate) ธุรกิจสปา เป็นธุรกิจให้บริการที่แต่ละสถานประกอบการจะมีการให้บริการที่เหมือนกัน ดังนั้นการสร้างความแตกต่างจึงเป็นจุดขายที่ทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การตกแต่งแบบล้านนา เป็นต้น