

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ การดำเนินงานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวรามาริน บุญสม

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวี ลงกานี กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ดำเนินการในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 21 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของสถานประกอบการสปาประกอบด้วยสปาที่เป็นลักษณะเคย์สปาจำนวน 17 แห่ง โรงแรมและรีสอร์ทสปา จำนวน 3 แห่ง และเมดิคอลสปา หรือสปาเพื่อการรักษา จำนวน 1 แห่ง ส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดยระยะเวลาที่เปิดกิจการอยู่ที่ 5 ปีขึ้นไป มีจำนวนพนักงานประจำ 1-5 คน

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบธุรกิจสปามีการวางแผนงานในระยะยาว โครงสร้างองค์กรมีความแตกต่างกันตามขนาดและประเภทของธุรกิจ รูปแบบการทำงานเป็นการทำงานได้หลายหน้าที่ เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณ คุณสมบัติของผู้ให้บริการต้องผ่านการอบรม หรือถ่ายทอดความรู้ตามหลักสูตรจากหน่วยงานราชการ สถาบัน หรือสถานศึกษาที่คณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลางรับรอง นอกเหนือจากประสบการณ์ ความรู้ บุคลิกภาพและความสามารถ โดยที่การควบคุมและการประเมินผลงานผู้ประกอบการจะเป็นผู้ดำเนินการเอง

ด้านการตลาด บริการหลักของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพประกอบไปด้วย การนวดบำบัด และวาริบำบัด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ช่องทางที่ลูกค้าติดต่อมาจาก ลูกค้าติดต่อโดยตรงหน้าร้าน การติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว มัลติเทศก์ รวมทั้งรถรับจ้าง และผ่านทางเว็บไซต์ (Website) ผู้ประกอบธุรกิจสปาต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาดทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ แตกต่างกันไปตามขนาดของ

ธุรกิจ งบประมาณ และวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ต้องการ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้สนใจเข้ามาใช้บริการ มีระบบของเวลา โดยที่ความรวดเร็วของกระบวนการส่งมอบบริการอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีความสำคัญต่อการตลาดธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพนั้นมี 2 ปัจจัยคือ ลักษณะของสถานประกอบการ และการแต่งกายของพนักงาน

ด้านการผลิตและการดำเนินการ ด้านทำเลที่ตั้งมี 2 ลักษณะ คือ อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ สถานที่ร่มรื่น และ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก การวางผังจะคำนึงถึงความสะดวก ความเหมาะสมในการใช้สอย โดยที่ทุกสถานประกอบการสปา มีการควบคุมและป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคอย่างเพียงพอตามมาตรฐานกิจการสปาเพื่อสุขภาพ การเลือกผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบเพื่อใช้ในสถานประกอบการ วิธีการเลือกสามารถแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย คือ 1) วัสดุที่ผลิต 2) แหล่งผลิต และ 3) คุณภาพและประสิทธิภาพ การเก็บรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จะมีระบบ และระเบียบวิธีการเก็บใช้ และเก็บรักษาตามลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อคงคุณภาพไว้

ด้านการเงิน ราคาค่าบริการจากการให้บริการลูกค้าต่อคนต่อครั้ง มีระดับราคาตั้งแต่ 250 บาท ไปจนถึง 4000 บาท รายได้ในการให้บริการลูกค้าแต่ละรายเฉลี่ย 1,716.7 บาท โดยรายได้เฉลี่ยจากลูกค้าต่อคนมากที่สุดอยู่ที่ มากกว่า 3,000 บาทต่อคน น้อยที่สุดอยู่ที่ น้อยกว่า 500 บาทต่อคน เงินทุนที่ใช้มาจาก 3 แหล่งคือ จากเจ้าของ, จากหุ้นส่วน และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน สถานประกอบการสปาส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนการเงินและจัดสรรเงินทุนอย่างเป็นทางการ

ปัญหาอุปสรรคของการประกอบธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ คือด้านบุคลากร และด้านการตลาด โดยปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการบริหารธุรกิจสปา และด้านการให้บริการ หรือนักบำบัด (Therapist) ที่จะรองรับการขยายตัวของธุรกิจสปาที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เกิดปัญหาการแย่งตัวบุคลากรด้วยการเสนอผลตอบแทนที่สูงกว่า และปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ ส่วนปัญหาด้านการตลาดพบว่ามีการแข่งขันที่สูงมาก ทำให้เกิดการตัดราคาค่าบริการระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาที่ผลิตมาจากสมุนไพรไทยเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น ควรมีการสนับสนุนด้านการวิจัยสมุนไพรไทยเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพ และยังสามารถขยายตลาดผลิตภัณฑ์สปาออกไปสู่ตลาดโลกได้ ควรเน้นให้มีการนำเอาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของล้านนา เข้ามาประยุกต์ใช้ในด้านต่างๆ เช่น การตกแต่งสถานที่ การแต่งกาย ขั้นตอนการต้อนรับ วิธีการนวด และดนตรีที่ใช้เปิดในสถานประกอบการ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสปาเชียงใหม่ให้มีความแตกต่างจากสปาที่อื่นๆ ผู้ประกอบการควรมีระบบในการสร้างและพัฒนาบุคลากรของตนเองขึ้นมา เพื่อให้ความรู้ความเชี่ยวชาญได้รับการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้องมากกว่าอยู่ที่คนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะเมื่อบุคลากรที่มีฝีมือลาออกจะไม่ได้กระทบต่อกิจการ และควรมีการประสานงานกันเป็นเครือข่าย ทำให้สามารถแลกเปลี่ยนหรือยืมตัวบุคลากรกรณีที่มีจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอได้

Independent Study Title	The Operations of Health Spa Businesses in Chiang Mai Province	
Author	Ms. Ramarin Boonsom	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Assist.Prof. Dr. Patchara Tantiprahphar	Chairperson
	Assist.Prof. Dr. Rawee Longkanee	Member

ABSTRACT

The objective of this research was to study the operation of health spas in Chiang Mai Province. The data was collected from in-dept interviews with 21 health spa operators in Chiang Mai.

It was found from this research that spas studied were in 3 categories: 17 day spas, 3 hotel & resort spas, and 1 medical spa. Most of these spas were one-owner business, with more than 5 years of operation, and with 1-5 staff members.

In terms of management, spa operators followed a long-term planning. Organizational structure varied according to the size and the type of spa. Working structure was multiple duties for each staff to save budget. The qualifications of the staff were experience, knowledge, personality, skills, and with professional training from accredited government organizations and institutions. Supervision and evaluation was done by the owner.

In terms of marketing, the main services of health spas consisted of massage therapy and hydro therapy. The target groups were general public and foreign tourists. Customers contacted the spa by walking in, through tour agencies, tour guides, taxi drivers and web sites. Spa operators needed marketing promotion of various kinds such as advertisement, publicity and other sales promotion techniques based on the size of the business, budget and marketing goals. Reservation

system was available and the effectiveness of time management was at the medium-high level. The physical environment factors which were important to spa business were the physical appearance of the spa and the dress code of the staff.

In terms of production and operation, the results were as follows. The location came in 2 categories: in a natural setting with lots of trees or near the center of a community with convenient transportation. The layout of the spa was for convenience and practicality. Every spa adhered to health spa sanitation requirements. For production, the selection of products or raw materials followed 3 considerations namely 1) raw materials 2) manufacturing site and 3) quality and effectiveness. There were systematic storage and handing of products and raw materials according to their categories.

In terms of finance, the cost of a services ranged from 250-4,000 baht. The average spending of a customer per visit was 1,716.7 baht. The highest average income per visit was 3,000 baht/person, and the lowest was 500 baht/person. The capital for the business came from 3 sources: the owner, the share holders and financial institutions. Most spas did not have formal financial or investment planning.

The problems faced by health spa operators in Chiang Mai were personnel and marketing problems. In terms of personnel, there was a shortage of qualified staff both for spa administrators and therapists. The number of existing qualified staff did not correlate with the rapid growth of spa business. This resulted in competition in obtaining qualified staff with high salary. There was also a problem of communication with foreign customers. In terms of marketing problems, there was high competition, with competitors lowering prices to compete among themselves.