



การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปลาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



พิมพ์ใจ ศิริไพบูลย์

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองรายงานการค้นคว้าอิสระ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

โดย

พิมพ์ใจ สิริไพบูลย์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล)

วันที่ 1 เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๕๗

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์ อภิโรชนานนท์)

วันที่ 1 เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๕๗

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น)

วันที่ 1 เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๕๗

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลปดินทร์ แสงอาสภวิริยะ)

วันที่ 1 เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๕๗

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จาดุพงษ์ วาฤทธิ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 1 เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๕๗

ชื่อเรื่อง	การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
ชื่อผู้เขียน	นางพิมพ์ใจ ศิริไพบุลย์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยศ สัมฤทธิ์สกุล

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ การศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปา เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา โดยคัดเลือกจำนวน 26 ราย ที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยลำนานาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปา ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมทั้งข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติร้อยละและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่าผู้ประกอบการเข้าใจวัตถุประสงค์ของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนว่าเป็นการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน มีข้อดีคือสร้างโอกาสทางธุรกิจจากการแลกเปลี่ยนในหลายๆด้าน แต่มีข้อเสียคือไทยอาจเสียเปรียบจากอุปสรรคด้านภาษา ผู้ประกอบการมีการเตรียมความพร้อมในเชิงรุกและเชิงรับ 5 ด้าน โดยในเชิงรุก 3 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ในเชิงรับ 2 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า แม้ผู้ประกอบการมีการเตรียมความพร้อมในทุกด้าน แต่ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นจากการเพิ่มจำนวนสถานประกอบการและการขาดการควบคุมมาตรฐาน จึงเสนอแนะให้มีการจัดการอย่างถูกต้องเหมาะสม

Title	Preparation of a Spa Business for the ASEAN Economic Community (AEC)
Author	Mrs. Pimjai Siripaiboon
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Chaiyot Samritsakun

ABSTRACT

The purpose of this research was to explore the preparation of a spa business for the ASEAN Economic Community. Data were collected through in-depth interviews conducted with selected 26 spa operators, members of Thai Lanna Associations located in Muang district, Chiang Mai province. This involved both proactive and reactive readiness preparation as well as suggestions and solutions. Data were analyzed by using percentage and qualitative analysis. Findings showed that the informants understood the purpose of the ASEAN Economic Community about free trade and investment as well as the advantage of business opportunities in many aspects. However, the disadvantage of Thailand was barriers in communication. The informants had prepared 3 proactive and 2 reactive aspects, the former included: concrete service, responsiveness to needs of clients, and understanding clients. The latter included trustworthiness and client confidence. For problems encountered, there was an increase in a number of spa shops but there was no standard control. Thus, appropriate management should be encouraged.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของคณะกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์กุล ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์ อวิโรธนา นนท์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส หยุ่เย็น กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือและเอาใจใส่ตลอดจนช่วยตรวจสอบและแก้ไขจนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิทยการตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณผู้ประกอบการและผู้ดำเนินงานสปาในชมรมไทยสปาลานนา พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้ความร่วมมือตอบแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ผู้เป็นกำลังใจสำคัญ ขอขอบคุณครอบครัว ญาติพี่น้อง ตลอดจนมิตรสหายที่ช่วยสนับสนุนจนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

อนึ่ง หากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใดในการค้นคว้าแบบอิสระนี้ ผู้เขียนขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

พิมพ์ใจ สิริไพบุลย์

พฤษภาคม 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	10
คำถามในการวิจัย	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 ทฤษฎี การตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ความหมายของสปา	11
ประเภทของสปา	12
ประเภทการให้บริการของสปา	13
แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ	14
แนวคิดและทฤษฎีด้านการตลาด	18
แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ	20
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	24
กรอบแนวความคิด	27
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	28
สถานที่ดำเนินการวิจัย	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	30

บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน	31
ข้อมูลทั่วไปของกิจการ	33
ข้อมูลด้านการรับรู้และความเข้าใจ ด้านความคิดเห็น และผลที่ผู้ประกอบการ หรือผู้ดำเนินการสพาค่าจะได้รับ	36
ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสพ	37
ข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข	40
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	42
สรุปผล	42
อภิปรายผล	49
ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก	55
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	56
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล	63
ภาคผนวก ค ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ดำเนินการสพ	65
ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	104

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2552 – 2556 (มกราคม – พฤษภาคม)	2
2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยรวมทุกด่าน เดือนพฤษภาคม 2556 จำแนกตามสัญชาติ	3
3 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน	32
4 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการ	33
5 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลด้านการรับรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และผลที่คาดว่าจะได้รับ	36
6 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม	37
7 จำนวนและคำร้อยละข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ	41

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี 2552 - 2556 (มกราคม-พฤษภาคม)	6
2	สถานประกอบการสปา ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554 จำแนกตามสถานที่ตั้ง	7
3	การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ	24
4	กรอบแนวคิด	27

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคนไทยให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น และจากนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้คนไทยหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพควบคู่กับการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยมีการประกาศให้ธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพเป็นหนึ่งในบริการหลักภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศอีกทั้งประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งถือเป็นโอกาสในการเคลื่อนย้ายทรัพยากร การลงทุน แรงงาน ตลอดจนองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มอำนาจในการต่อรอง ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจสุขภาพต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เป็นหนึ่งในความร่วมมือ 3 ด้านหลักของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN) นอกเหนือจาก ประชาคมการเมืองและความมั่นคง (ASEAN Political – Security Community - APSC) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community - ASCC) ซึ่งเกิดจากความเห็นชอบร่วมกันในกลุ่มประเทศสมาชิกในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมด 10 ประเทศ อันได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ มาเลเซีย ลาว อินโดนีเซีย กัมพูชา บรูไน และไทย โดยประชาคมอาเซียนถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคม 2546 จากการที่ผู้นำอาเซียนได้ร่วมลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียน (Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord) เห็นชอบให้จัดตั้งประชาคมอาเซียนภายในปี 2563 ต่อมาในการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนครั้งที่ 12 ในเดือนมกราคม 2550 ที่เมืองเซบู ประเทศฟิลิปปินส์ ผู้นำอาเซียนได้ตกลงให้มีการจัดตั้งประชาคมอาเซียนให้แล้วเสร็จเร็วขึ้นภายในปี 2558 (สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์, 2554: ระบบออนไลน์) ในการรวมตัวกันของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนนี้ มีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มอำนาจการต่อรองในด้านเศรษฐกิจในเวทีระหว่างประเทศได้ นอกจากนี้อาเซียนยังมีนโยบายด้านเศรษฐกิจเดียวกัน โดยได้สนับสนุนนโยบายด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับแผนการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community Blueprint) ซึ่งเน้นนโยบาย 4 ด้าน คือ 1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว 2) การ

สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน 3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และ 4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

จากรายงานทางสถิติของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556) พบว่า ในแต่ละปีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งการเปิดตลาดอาเซียนถือได้ว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้การเดินทางเข้ามาในประเทศไทยทำให้สะดวกมากขึ้น เป็นการขยายโอกาสให้กับนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน และในขณะเดียวกันก็ถือเป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับนักธุรกิจในกลุ่มธุรกิจ รวมไปถึงกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพทั้งบริการด้านการแพทย์ และบริการด้านแพทยทางเลือก ตลอดจนบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวของไทยก็ได้รับโอกาสจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แทบทั้งสิ้น ถือเป็นโอกาสที่จะได้ต้อนรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงอย่างในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา เวียดนาม ที่ปัจจุบันมีการเปิดให้ประชาชนมีเสรีภาพในการรับวัฒนธรรมต่างประเทศมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ธุรกิจไทยจะสามารถเข้าไปชิงส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการด้านสุขภาพ แต่ในขณะเดียวกันการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มระดับความรุนแรงของการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียนด้วยเช่นกัน เนื่องจากนักลงทุนจากประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนก็สามารถขยายการลงทุนเข้ามาในประเทศไทยได้มากขึ้น

ตาราง 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี 2552 – 2556 (มกราคม – พฤษภาคม)

เดือน	2552	2553	2554	2555p	2556p	△%56/55*
มกราคม	1,269,978	1,605,505	1,805,947	1,992,158	2,241,184	+12.50
กุมภาพันธ์	1,138,220	1,614,844	1,802,476	1,853,736	2,328,297	+25.60
มีนาคม	1,237,132	1,439,401	1,702,233	1,895,560	2,259,237	+19.19
เมษายน	1,085,293	1,108,209	1,552,337	1,686,268	2,013,012	+19.38
พฤษภาคม	923,918	826,610	1,407,407	1,546,888	1,846,403	+19.36
มิถุนายน	954,772	964,959	1,484,708	1,644,733	-	-
กรกฎาคม	1,094,658	1,275,766	1,719,538	1,815,714	-	-
สิงหาคม	1,149,288	1,270,883	1,726,559	1,926,929	-	-
กันยายน	1,040,538	1,214,810	1,486,333	1,611,754	-	-
ตุลาคม	1,209,473	1,316,806	1,422,210	1,801,147	-	-
พฤศจิกายน	1,361,574	1,478,856	1,291,548	2,143,550	-	-

ตาราง 1 (ต่อ)

เดือน	2552	2553	2554	2555p	2556p	△%56/55*
ธันวาคม	1,684,997	1,819,751	1,829,174	2,435,466	-	-
รวม	14,149,841	15,936,400	19,230,470	22,353,903	10,688,133	+19.09

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556)

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยรวมทุกด่าน เดือนพฤษภาคม 2556
จำแนกตามสัญชาติ

Country of Nationality	2013		2012		△ (%) 13/12
	Number	% Share	Number	% Share	
East Asia	1,190,126	64.46	923,484	59.70	+28.87
ASEAN	542,101	29.36	495,650	32.04	+9.37
Brunei	1,104	0.06	793	0.05	+39.22
Cambodia	3,1274	1.69	35,513	2.30	-11.94
Indonesia	49,931	2.70	35,357	2.29	+41.22
Laos	57,856	3.13	85,247	5.51	-32.13
Malaysia	230,727	12.50	183,637	11.87	+25.64
Myanmar	16,075	0.87	10,790	0.70	+48.98
Philippines	28,422	1.54	30,048	1.94	-5.41
Singapore	69,773	3.78	63,082	4.08	+10.61
Vietnam	56,939	3.08	51,183	3.31	+11.25
China	373,273	20.22	192,642	12.45	+93.77
Hong Kong	46,455	2.52	33,375	2.16	+39.19
Japan	104,014	5.63	92,253	5.96	+12.75
Korea	77,691	4.21	73,476	4.75	+5.74
Taiwan	41,635	2.25	32,734	2.12	+27.19
Others	4,957	0.27	3,354	0.22	+47.79

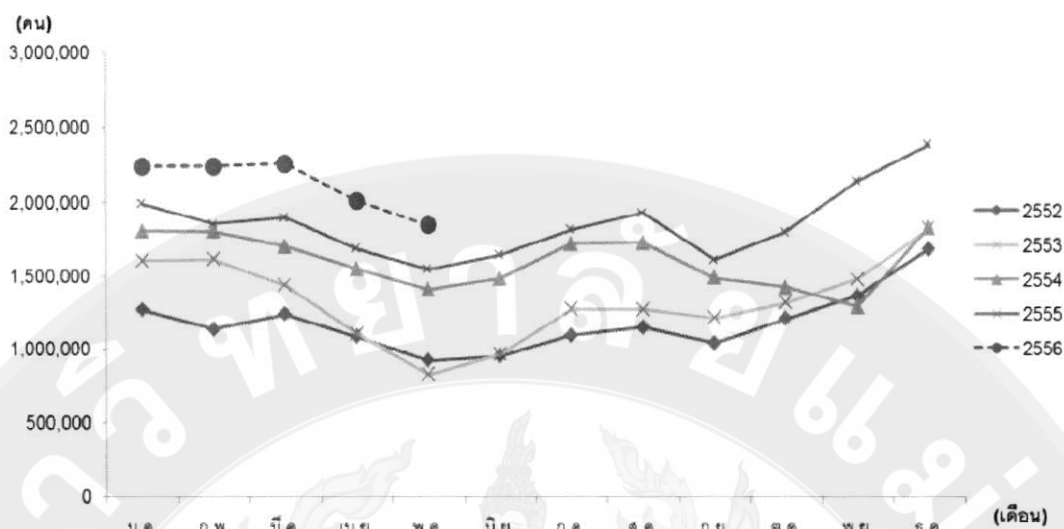
ตาราง 2 (ต่อ)

Country of Nationality	2013		2012		△ (%)
	Number	% Share	Number	% Share	13/12
Europe	324,948	17.60	268,104	17.33	+21.20
Austria	4,968	0.27	4,258	0.28	+16.67
Belgium	4,848	0.26	4,599	0.30	+5.41
Denmark	5,529	0.30	5,828	0.38	-5.13
Finland	3,815	0.21	4,127	0.27	-7.56
France	34,645	1.88	31,098	2.01	+11.41
Germany	40,479	2.19	37,129	2.40	+9.02
Ireland	3,720	0.20	3,970	0.26	-6.30
Italy	8,676	0.47	8,156	0.53	+6.38
Netherland	11,227	0.61	10,720	0.69	+4.73
Norway	4,891	0.26	4,566	0.30	+7.12
Russia	96,967	5.25	55,810	3.61	+73.74
Spain	5,979	0.32	6,370	0.41	-6.14
Sweden	7,785	0.42	7,914	0.51	-1.63
Switzerland	10,931	0.59	9,057	0.59	+20.69
United Kingdom	58,345	3.16	55,810	3.61	+4.54
East Europe	14,342	0.78	11,153	0.72	+28.59
Others	7,801	0.42	7,539	0.49	+3.48
The Americas	81,172	4.40	80,471	5.20	+0.87
Argentina	1,298	0.07	1,459	0.09	-11.03
Brazil	2,504	0.14	2,360	0.15	+6.10
Canada	16,052	0.87	16,076	1.04	-0.15
USA	57,258	3.10	56,660	3.66	+1.06
Others	4,060	0.22	3,916	0.25	+3.68
South Asia	128,029	6.93	142,931	9.24	-10.43
Bangladesh	6,778	0.37	6,108	0.39	+10.97

ตาราง 2 (ต่อ)

Country of Nationality	2013		2012		△ (%) 13/12
	Number	% Share	Number	% Share	
India	104,909	5.68	120,918	7.82	-13.24
Nepal	2,091	0.11	2,680	0.17	-21.98
Pakistan	5,410	0.29	5,811	0.38	-6.90
Sri Lanka	6,020	0.33	5,023	0.32	+19.85
Others	2,821	0.15	2,391	0.15	+17.98
Oceania	68,691	3.72	72,357	4.68	-5.07
Australia	60,245	3.26	63,603	4.11	-5.28
New Zealand	8,178	0.44	8,485	0.55	-3.62
Others	268	0.01	269	0.02	-0.37
Middle East	42,318	2.29	45,585	2.95	-7.17
Egypt	2,131	0.12	1,936	0.13	+10.07
Israel	5,419	0.29	5,111	0.33	+6.03
Kuwait	6,065	0.33	6,359	0.41	-4.62
Saudi Arabia	1,531	0.08	1,258	0.08	+21.70
U.A.E.	8,117	0.44	7,906	0.51	+2.67
Others	19,055	1.03	23,015	1.49	-17.21
Africa	11,119	0.60	13,956	0.90	-20.33
South Africa	4,500	0.24	6,463	0.42	-30.37
Others	6,619	0.36	7,493	0.48	-11.66
Grand Total	1,846,403	100.00	1,546,888	100.00	+19.36

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556)

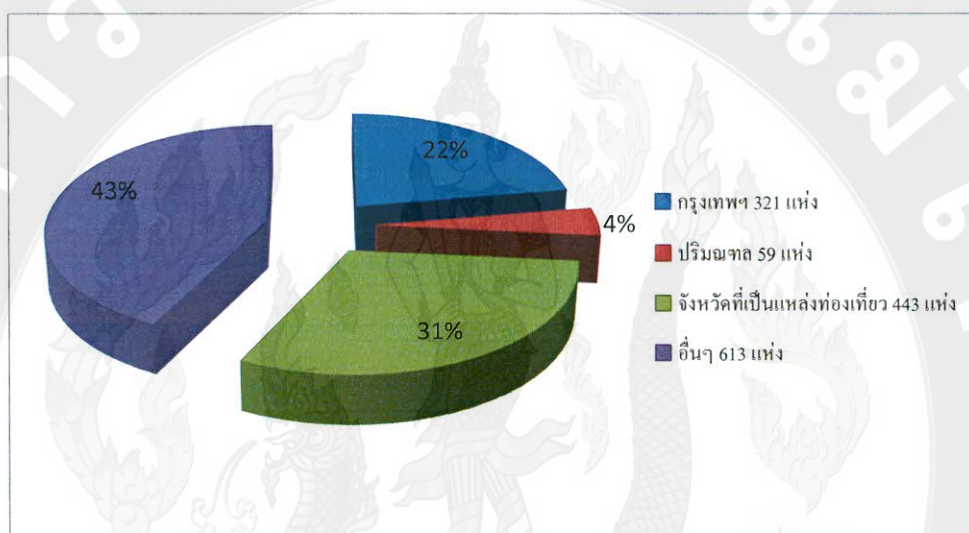


ภาพ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2552 - 2556 (มกราคม-พฤษภาคม)

ในด้านธุรกิจสุขภาพ พบว่า มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการเปิดเผยของอุปนายกสมาคมสปาไทย (สยามรัฐ, 2555: ระบบออนไลน์) พบว่า ธุรกิจสปาไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี โดยเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 5-6% สร้างรายได้เฉลี่ยประมาณ 15,000 – 16,000 ล้านบาทต่อปี กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 80% โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ฮองกง อเมริกา พื้นที่ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย ยุโรป ส่วนนักท่องเที่ยวในตลาดอาเซียนทั้ง อินเดีย เกาหลี จีน ปัจจุบันได้ใช้บริการสปาไทยเพิ่มมากขึ้น และส่วนที่เหลืออีก 20% เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้ แนวโน้มของธุรกิจสปายังคงเติบโตต่อเนื่อง เนื่องจากกระแสท่องเที่ยวสุขภาพในประเทศไทยและเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในทวีปแถบเอเชีย-แปซิฟิก 7 ประเทศ ซึ่งประกอบด้วย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ พบว่า สปาไทยยังได้รับความนิยมสูงสุด อันเป็นผลมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในไทยกลุ่มตลาดหลักเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง โดยเฉพาะตลาดกลุ่มอาเซียน +6 ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เช่น เวียดนาม จีน อินเดีย ลาว และกัมพูชา เพราะเป็นกลุ่มที่คุ้นเคยกับสปาไทยและเป็นตลาดที่อยู่ใกล้ ขณะที่ตลาดยุโรป เช่น รัสเซีย ตุรกี นั้น มีกำลังซื้อสูง หันมาให้ความสนใจกับวิธีการผ่อนคลายและบำบัดแบบตะวันออกมากขึ้น (มติชน, 2556: ระบบออนไลน์)

ในส่วนของผู้ประกอบการมีการพัฒนาเพื่อสร้างมาตรฐานและให้เป็นที่ยอมรับจากข้อมูลในปี 2554 (ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554) มีจำนวนสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนและได้ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขรวม 1,436 แห่ง ตามประกาศกระทรวง

สาธารณสุขเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย และสถานประกอบการสปา โดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและในกรุงเทพฯเป็นหลักกล่าวคือในปี 2554 (ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554) มีสถานประกอบการในกรุงเทพฯ 321 แห่ง คิดเป็นสัดส่วน 22.35% ของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมดและในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ภูเก็ต เชียงใหม่ และชลบุรี เป็นต้น รวม 443 แห่ง คิดเป็นสัดส่วน 30.85% ของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554)



ภาพ 2 สถานประกอบการสปา ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554 จำแนกตามสถานที่ตั้ง
ที่มา: สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2554: ระบบออนไลน์)

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่เนื่องจากนานาประเทศต่างหันเข้ามาเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจ จึงถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ลงทุนที่มีความพร้อม แต่ในขณะเดียวกันอาจมองได้ว่าเป็นการเสียเปรียบสำหรับผู้ลงทุนที่ยังปรับตัวไม่ทันหรือยังไม่มีผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ อย่างเพียงพอ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2554: ระบบออนไลน์) ได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจสปาได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

1. ประเทศไทยเป็นประเทศเปิดและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักทั่วโลก
2. ธุรกิจสปาและนวดไทยหลายแห่งมีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของ

ชาวต่างชาติ

3. ธุรกิจสปาเป็นบริการที่ไทยมีศักยภาพในฐานะเป็น “บริการที่ส่งออกไป” โดยเฉพาะการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ
4. ในภาพรวมผู้ประกอบการมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่และทรัพยากร กอปรกับมีบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ อาทิ นวดไทย การใช้สมุนไพรไทย
5. ผู้ให้บริการของไทยมีจุดเด่นด้านอรรถาธิบายและมารยาทในการให้บริการ
6. อัตราค่าบริการสามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ประเทศไทยมีปัญหาการขาดแคลนบุคลากรคุณภาพสูงในบางด้าน เช่น นวดแผนไทย จึงเกิดปัญหาเรื่องการแย่งชิง/ซื้อตัวบุคลากรอยู่บ่อยครั้ง
2. บุคลากรในสถานประกอบการของไทยมีทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่จำกัด
3. ผู้ประกอบการไทยที่มีความพร้อมในการลงทุนขยายกิจการไปต่างประเทศ มีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากยังมีปัญหาด้านเงินทุน ความจำกัดของข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจต่างประเทศ ขัดกีดกันการลงทุนในกิจการของประเทศต่างๆ และปัญหาเรื่องใบอนุญาตสถานประกอบการ วีซ่าและใบอนุญาตทำงานของบุคลากรสปา เป็นต้น
4. ไทยมีปัญหาสำคัญเรื่องภาพลักษณ์ในทางลบของการให้บริการนวดแผนไทยในประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการบางราย แอบแฝงการค้าบริการทางเพศในกิจการสปาของตน
5. โรงเรียนสอนพนักงานสปา ไม่มีเงินทุนสูงพอที่จะรับภาระค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนเป็นบริษัทจัดหางานกับกรมการจัดหางาน ซึ่งต้องวางเงินประกันในจำนวนที่สูงสำหรับการส่งพนักงานสปาไปทำงานต่างประเทศ

โอกาส (Opportunity)

1. ตลาด Medical Tourism และ Tourism มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
2. มีโอกาสเติบโต แม้กระทั่งในช่วงที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัว
3. ตลาดที่เกี่ยวข้อง (เช่น สปาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ความงาม และสุขภาพ) ของไทยมีโอกาที่จะขยายได้อีกมาก โดยจะมีผลกระทบด้านการขาดแคลนบุคลากรไม่มาก
4. ผู้ใช้บริการชาวไทยหันมาให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพและความงามของตนมากขึ้น ธุรกิจลักษณะ Spa Consultant และสถาบันการศึกษาที่สอนนวดไทยและสปาไทย มีโอกาสในการขยายตัวรองรับลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งช่วยสร้างรายได้จากค่าเรียน และเป็นการ

สนับสนุน ประชาสัมพันธ์สปาและนวดไทย ไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น และยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง

ภัยคุกคาม (Threats)

1. การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาภายในช่วงเวลาไม่กี่ปี อาจส่งผลต่อการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการในระยะยาว
2. สถานะการแข่งขันระหว่างประเทศสูง ทั้งในด้านการบริการและคุณภาพ โดยประเทศคู่แข่งต่างก็มีการพัฒนา/ปรับตัวทางธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องเช่นกัน
3. ความผันผวนของลูกค้านต่างชาติ ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจและการเมืองโลก ทำให้ธุรกิจ Medical Tourism และ Tourism มีความเสี่ยงต่อความผันผวนของรายได้สูง
4. ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ดังนั้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ/ปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศ โดยเฉพาะสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีความเสี่ยงที่สูงกว่าในอดีต อาจส่งผลให้จำนวนผู้ให้บริการชาวต่างประเทศลดลง จากการชะลอ/ยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หากมองถึงผลที่จะได้รับจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อาจมองเห็นว่าประเทศไทยมีโอกาสที่จะได้ประโยชน์จากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในครั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยเองมีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความได้เปรียบในเชิงกายภาพ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม การคมนาคมสะดวกสบาย อีกทั้งอรรถาธิบายของคนไทยที่เป็นคนยิ้มแย้มแจ่มใส อ่อนน้อมถ่อมตนและมีใจบริการ จุดเด่นนี้ ทำให้ไทยขึ้นชื่อว่าเป็นผู้นำในกลุ่มธุรกิจการให้บริการ ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบ เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน แต่ในขณะเดียวกัน ไทยเองก็ยังมีข้อเสียเปรียบในบางด้าน ที่ยังต้องการการพัฒนาปรับปรุงทั้งในด้านการขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือความจำกัดในทักษะด้านภาษา ซึ่งปัญหาเหล่านี้ถือเป็นจุดอ่อนและต้องการการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อเป็นการปรับมาตรฐานการบริการให้เป็นที่ทัดเทียมกับประเทศในกลุ่มสมาชิก เพิ่มโอกาสในธุรกิจบริการให้เป็นที่ยอมรับ เป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยให้มากขึ้น และเพื่อเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันที่กำลังจะเกิด กลุ่มผู้ประกอบการต้องมีการปรับแผนการดำเนินงาน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การบริการ การพัฒนาทักษะของผู้ให้บริการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างสูงสุด ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมในด้านของการ

บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับเตรียมความพร้อมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

คำถามในการวิจัย

ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับเตรียมความพร้อมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. ใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการสปา ผู้ดำเนินการสปา รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อเตรียมความพร้อมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

บทที่ 2

ทฤษฎี การตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ความหมายของสปา
2. ประเภทของสปา
3. ประเภทการให้บริการในสปา
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ
5. แนวคิดและทฤษฎีด้านการตลาด
6. แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ
7. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิด

ความหมายของสปา

นภารัตน์ (2549 อ้างใน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2554) กล่าวว่า สปามาจากภาษาละตินว่า “Sanus per Aquam” หรือ “Sanitas per aquas” แปลว่า สุขภาพจากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ หรืออาจกล่าวได้ว่า สปา คือ การบำบัดด้วยน้ำภายใต้การดูแลของนักบำบัดแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงเป็นสถานที่พักผ่อนเพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพองค์รวมที่ดี

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2549 อ้างใน ฉันทวัต วันดี, 2551) ได้กล่าวถึงธุรกิจสปาว่า นอกเหนือจากการบำบัดด้วยน้ำหรือการดูแลสุขภาพด้วยน้ำแล้ว สปามาจากชื่อเมือง SPA ที่มีแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศเบลเยียม

กองสุขภาพสิ่งแวดล้อม (2554: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า สปา หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ และอารมณ์

Wildwood (1997 อ้างใน กฤตภาส แสงเดือน, 2552) กล่าวว่า สปา เป็นการบำบัดแบบองค์รวมที่เน้นการป้องกันการเจ็บป่วยมากกว่าการรักษา และกล่าวว่าอาณานิคมที่แปรรูปมีโอกาสทำให้เกิดการเจ็บป่วย

เพราะฉะนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า สปา คือ การบำบัดโดยวิธีแบบธรรมชาติโดยใช้น้ำเป็นองค์ประกอบ เป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ภายใต้การดูแลของนักบำบัดหรือผู้เชี่ยวชาญในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างความสมดุลทั้งร่างกายและจิตใจ

ประเภทของสปา

องค์กรสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association: ISPA Europe) จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมสปา ได้แบ่งธุรกิจสปาออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้ (รามาริน บุญสม, 2550)

1. Destination Spa สถานบริการสปาที่ให้บริการด้านการดูแลและส่งเสริมสุขภาพด้วยบริการสปา โดยเฉพาะสปาประเภทนี้จะมีบริการห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ให้บริการอย่างครบวงจร
2. Resort/Hotel Spa สถานบริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม ซึ่งตั้งอยู่ในสถานที่พักตากอากาศที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ เช่น ริมทะเล ภูเขา บ่อน้ำร้อน
3. Day Spa/City Spa สถานบริการสปาที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยาก สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่จำเป็นต้องเข้าพัก ที่ตั้งของสปาประเภทนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองใหญ่ รือย่านธุรกิจสำคัญๆ ที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย
4. Medical Spa สถานบริการสปาที่มีการบำบัดรักษา ควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์ และใช้เครื่องมือแพทย์บางอย่าง อยู่ภายใต้การดูแลของบุคลากรทางการแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
5. Mineral Spring Spa การให้บริการสปาตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นบ่อน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ
6. Club Spa สถานบริการสปาที่มีการผสมผสานกับการออกกำลังกาย เพื่อบริการสมาชิกที่ต้องการการผ่อนคลายหลังจากออกกำลังกาย
7. Cruise Ship Spa สถานบริการสปาบนเรือสำราญผสมผสานกับการออกกำลังกาย และการจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความสุขสบาย และรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการเดินทาง

ประเภทการให้บริการของสปา

กฎหมาย แรงดัน (2552) แบ่งประเภทของการให้บริการในสปาเป็น 4 หมวดงาน ดังนี้

1. การนวด (Massage therapy) แบ่งออกเป็น นวดแบบตะวันออก นวดแบบตะวันตก และการนวดแบบผสมผสาน มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การนวดแบบตะวันออก เช่น การนวดไทยแบบราชสำนัก การนวดไทยแบบเชลยศักดิ์ การนวดชิตตี้ การนวดอายุรเวช การนวดกดจุด และอื่นๆ

1.2 แบบตะวันตก เช่น การนวดโรมาเธราพี การนวดสวีดิช การนวดช่วยการไหลเวียนของน้ำเหลือง การนวดแบบตุรกี การนวดนักรักกีฬา

1.3 การนวดแบบผสมผสาน การนวดผ่อนคลายสำหรับนักเดินทาง การนวดผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การนวดโดยใช้กลิ่นหอมบำบัด การนวดผ่อนคลายกล้ามเนื้อ

2. วารีบำบัด เป็นการบำบัดด้วยการใช้น้ำเป็นส่วนประกอบ อันได้แก่ การแช่น้ำแร่ การแช่น้ำทะเล การออกกำลังกายในน้ำ การฟังกลบตัวได้ทรายร้อน การพอกตัวด้วยดินโคลน การอบไอน้ำและเซาว์นา การประคบร้อนและเย็น การนวดโดยใช้แรงอัดได้น้ำ การฉีดน้ำโดยใช้แรงอัด การรักษาโดยการอาบน้ำฝักบัว การอาบน้ำร้อน อาบน้ำเย็น การอาบน้ำร้อนสลับกับน้ำเย็น การอาบน้ำด้วยสมุนไพร การอาบน้ำด้วยน้ำมันหอมระเหย

3. การทำความสะอาดผิว การใช้โลชั่นสμανผิว การขัดผิว การพอกผิว การพันตัว

4. กระบวนการดูแลผิวหนัง มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 การล้างหน้า เพื่อขจัดเซลล์ผิวที่ตายแล้วให้หลุดลอกออก ล้างเครื่องสำอาง ล้างสิ่งสกปรกที่คั่งค้างอยู่ที่ผิวหนัง

4.2 การปรับสภาพผิว จะต้องมีการเลือกใช้ให้เหมาะกับสภาพผิว

4.3 การบำรุงผิว เพื่อปกป้องผิวจากมลภาวะ ทำให้ผิวชุ่มชื้น จะต้องเลือกใช้ให้เหมาะกับสภาพผิว และช่วงเวลาที่ใช้ว่าเป็นช่วงเวลากลางวันหรือกลางคืน

4.4 การขัดผิว เป็นการช่วยผลัดเซลล์ผิวเก่า และกระตุ้นการสร้างเซลล์ผิวใหม่ การเลือกผลิตภัณฑ์ควรเลือกตามความเหมาะสมตามสภาพผิว

4.5 การพอกหน้า เป็นการดูดซับสิ่งสกปรก ช่วยทำความสะอาดผิวอย่างล้ำลึก และในขณะเดียวกันเป็นการเพิ่มสารอาหารที่มีประโยชน์ให้กับผิวหนัง

4.6 การนวดหน้า เป็นการกระตุ้นการไหลเวียนของกระแสโลหิตทั่วใบหน้า และช่วยกระชับกล้ามเนื้อ

ธุรกิจสปาในประเทศไทยมีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ จากข้อมูลของกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ในปี 2554 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียงในทวีปแถบเอเชีย-แปซิฟิก 7 ประเทศ (สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, มาเลเซีย,ฮ่องกง, ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์) พบว่า สปาไทยยังได้รับความนิยมสูงสุด อันเป็นผลมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในไทยเป็นสำคัญ โดยในปัจจุบัน ตลาดหลักที่ไทยให้ความสำคัญคือ ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาจากเอเชียยุโรปและตะวันออกกลางเป็นสำคัญ โดยเฉพาะตลาดกลุ่มอาเซียน +6 ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เช่น เวียดนาม จีน อินเดีย ลาว และกัมพูชา โดยกลุ่มลูกค้าตลาดเอเชียมีความคุ้นเคยกับรูปแบบของสปาไทยและเป็นตลาดที่อยู่ใกล้

แม้ว่าประเทศไทย จะมีความได้เปรียบในหลายๆ ด้าน แต่ผู้ประกอบการก็ควรพัฒนาและเตรียมความพร้อมในทุกๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษามาตรฐานการบริการให้ทัดเทียมกับนานาประเทศ และสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้เมืองไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ดังนั้น ในการศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปา การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงได้นำแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ มาดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ

มัทนา สุวรรณเรือง (2536: 53-54; กฤตภาส แสงเดือน, 2551) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของ อองรี ฟาโยล (Henri Fayol) เกี่ยวกับองค์ประกอบในการบริหารว่า ประกอบด้วยหน้าที่ทางการจัดการ 5 ประการ คือ POCCC มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) คือ การคาดการณ์ล่วงหน้าต่อสิ่งต่างๆ ที่มีต่อการทำงาน และต้องมีแนวทางในการปฏิบัติไว้เพื่อใช้ได้ในอนาคต
2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดโครงการของงานต่างๆ รวมทั้งกำหนดหน้าที่ไว้ด้วย เพื่อให้คนงานสามารถปฏิบัติงานในแนวทางที่เหมาะสม
3. การบังคับบัญชา (Commanding) คือ การที่ผู้บังคับบัญชาต้องสั่งการให้เป็นไปด้วยความยุติธรรม มีการลงโทษผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาได้เมื่อทำงานหย่อนสมรรถภาพ เพื่อให้มีการปรับปรุงภายในองค์การ ให้มีลักษณะที่เหมาะสมไม่เกิดความขัดแย้ง เพื่อมุ่งไปสู่จุดหมายหรือวัตถุประสงค์อันเดียวกัน
4. การประสานงาน (Coordinating) คือ ภาระหน้าที่ที่จะต้องเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับดูแลให้ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน

5. การควบคุม (Controlling) หมายถึง การกำกับดูแลให้การปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้กระทำไปนั้น เป็นไปตามแผนที่วางไว้ตั้งแต่ต้นไม่เกิดการผิดพลาด

นอกจากนี้ อองรี ฟาโยล (Henri Fayol) ยังได้กล่าวถึงหลักการจัดการ (Management Principles) ที่ใช้ในการบริหารไว้ 14 ข้อ ซึ่งใช้สำหรับเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร หลักทั่วไปดังกล่าวมีดังนี้ คือ

1. หลักที่เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority & Responsibility) เป็นสิ่งที่แยกจากกันมิได้ ผู้ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ที่จะออกคำสั่งได้นั้น ต้องมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่คนนำไปทำด้วย

2. หลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว (Unity of Command) ในการกระทำใดๆ คนงานควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้เกิดความสับสนในคำสั่งด้วยการปฏิบัติตามหลักข้อนี้ ย่อมจะช่วยให้สามารถจัดสาเหตุแห่งการเกิดข้อขัดแย้งระหว่างแผนงานและระหว่างบุคคลในองค์กรให้หมดไป

3. หลักของการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน (Unity of Direction) กิจกรรมของกลุ่มที่มีเป้าหมายอันเดียวกัน ควรจะต้องดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกัน เป็นไปตามแผนงานเดียวร่วมกัน

4. หลักของสายงาน (Scalar Chain) สายงานอันนี้ คือ สายการบังคับบัญชาจากระดับสูงมายังระดับต่ำสุด ด้วยสายการบังคับบัญชาดังกล่าว จะอำนวยให้การบังคับบัญชาเป็นไปตามหลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว และช่วยให้เกิดระเบียบในการส่งทอดข่าวสารข้อมูลระหว่างกันอีกด้วย

5. หลักของการแบ่งงานกันทำ (Division of Work or Specialization) คือ การแบ่งแยกงานกันทำตามความถนัด เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์

6. หลักเกี่ยวกับระเบียบวินัย (Discipline) โดยถือว่าระเบียบวินัยในการทำงานนั้น เกิดจากการปฏิบัติตามข้อตกลงในการทำงาน ทั้งนี้ โดยมุ่งที่จะก่อให้เกิดการเคารพเชื่อฟัง และทำงานตามหน้าที่ด้วยความตั้งใจ เรื่องดังกล่าวนี้ จะทำได้ก็โดยที่ผู้บังคับบัญชาต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต และเป็นตัวอย่างที่ดี ข้อตกลงระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา จะต้องเป็นไปอย่างยุติธรรมมากที่สุด และจะต้องยึดถือเป็นหลักปฏิบัติอย่างคงเส้นคงวา

7. หลักของการถือประโยชน์ส่วนบุคคลเป็นรองประโยชน์ส่วนรวม (Subordination of Individual to General Interest) หลักข้อนี้ระบุว่าส่วนรวมย่อมสำคัญกว่าส่วนย่อย เพื่อที่จะให้

สำเร็จผลตามเป้าหมายของกลุ่ม (องค์การ) นั้น ผลประโยชน์ส่วนได้เสียของกลุ่มย่อมต้องสำคัญเหนืออื่นใดทั้งหมด

8. หลักของการให้ผลประโยชน์ตอบแทน (Remuneration) การให้และวิธีการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนที่ควรจะมีคุณธรรม และให้ความพอใจมากที่สุด ทั้งแก่ฝ่ายลูกจ้างและนายจ้าง

9. หลักของการรวมอำนาจไว้ส่วนกลาง (Centralization) หมายถึงว่า ในการบริหาร จะมีการรวมอำนาจไว้ที่จุดศูนย์กลาง เพื่อให้ควบคุมส่วนต่างๆ ขององค์การไว้ได้เสมอ และการกระจายอำนาจจะมากน้อยเพียงใดก็ย่อมแล้วแต่กรณี

10. หลักของความมีระเบียบเรียบร้อย (Order) ทุกสิ่งทุกอย่างไม่ว่าสิ่งของหรือคนต่างต้องมีระเบียบและรู้ว่าคนอยู่ในที่ใดของส่วนรวม หลักนี้ก็คือ หลักมูลฐานที่ใช้ในการจัดสิ่งของและตัวคนในการจัดองค์การนั่นเอง

11. หลักของความเสมอภาค (Equity) ผู้บริหารต้องยึดถือความเอื้ออารีและความยุติธรรมเป็นหลักปฏิบัติต่อผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความจงรักภักดีและการอุทิศตนเพื่องาน

12. หลักของความมั่นคง (Stability of Tenure) ทั้งผู้บริหารและคนงานต้องใช้เวลาระยะหนึ่ง เพื่อเรียนรู้งานจนทำงานได้ดี การที่คนเข้าออกมากย่อมเป็นสาเหตุให้ต้องสิ้นเปลือง และเป็นผลของการบริหารงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ

13. หลักของความคิดริเริ่ม (Initiative) เนื่องจากว่าคนฉลาดย่อมต้องการที่จะได้รับความพอใจจากการที่คนได้ทำอะไรด้วยตัวเอง ดังนั้น ผู้บังคับบัญชาควรจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ย่อยได้ใช้ความคิดริเริ่มของตนบ้าง

14. หลักของความสามัคคี (Esprit de Corps) เน้นถึงความจำเป็นที่คนต้องทำงานเป็นกลุ่ม ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Teamwork) และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มงานที่ดี

ในขณะที่ Luther and Lyndall (1937: 3-13) ได้เสนอแนวคิดกระบวนการบริหาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี ชื่อว่า POSDCoRB อันเป็นคำย่อของภาระหน้าที่ที่สำคัญของนักบริหาร 7 ประการ อันประกอบด้วย

1. Planning การวางแผน เป็นการวางแผนโครงการกิจกรรม ซึ่งเป็นการเตรียมการก่อนลงมือปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. Organizing การจัดองค์การ เป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับงาน เช่น การแบ่งงาน (Division of Work) เป็นกรม กอง หรือแผนก โดยอาศัยปริมาณงาน คุณภาพงาน หรือจัดตามลักษณะเฉพาะของงาน (Specialization)

3. Staffing การจัดบุคลากรปฏิบัติงาน เป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรนั่นเอง ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรมาปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการจัดแบ่งหน่วยงานที่กำหนดไว้

4. Directing การอำนวยการ เป็นภารกิจในการใช้ศิลปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ (Leadership) มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations) การจูงใจ (Motivation) และการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นต้น

5. Coordinating การประสานงาน เป็นการประสานให้ส่วนต่างๆ ของกระบวนการทำงานมีความต่อเนื่องกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และราบรื่น

6. Reporting การรายงาน เป็นกระบวนการและเทคนิคของการแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตามชั้น ได้ทราบถึงผลการปฏิบัติงาน โดยที่มีความสัมพันธ์กับการติดต่อสื่อสาร (Communication) ในองค์กรอยู่ด้วย

7. Budgeting การงบประมาณ เป็นภารกิจที่เกี่ยวกับการวางแผน การทำบัญชี การควบคุมเกี่ยวกับการเงินและการคลัง

ในขณะที่ Harold Koontz (1972 อ้างใน รามาริน บุญสม, 2550) ได้อธิบายความหมายของการจัดการไว้เป็น 5 แบบ คือ

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง กระบวนการในการใช้ความคิดอย่างรอบคอบ เพื่อทำการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร (What) ทำไมถึงทำ (Why) จะทำเมื่อใด (When) ทำในพื้นที่ไหน (Where) ใครเป็นผู้รับผิดชอบ (Who) และจะอย่างไร (How)

2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดให้มีโครงสร้างของหน่วยงานต่างๆ และอำนาจหน้าที่ให้อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ได้

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) ได้แก่ การคัดเลือกและการบรรจุคนเข้าทำงาน และรักษาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในตำแหน่งต่างๆ ประเมินกำลังคนที่มีอยู่แล้วและดำเนินการคัดเลือก หานบุคคลที่มีความเหมาะสม ตลอดจนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การสั่งการ (Directing) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารในการใช้ความสามารถชักจูงคนให้ปฏิบัติงานอย่างดีที่สุด จนกระทั่งองค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้

5. การควบคุม (Controlling) หมายถึง การที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำไปนั้น สามารถเข้ากันได้กับการวางแผนที่ได้วางไว้

นอกจากนี้ เจริญผล สุวรรณโชติ (2544 อ้างใน กฤตภาส แสงเดือน, 2552) ได้ให้ความหมายของการจัดการ หมายถึง กระบวนการของสังคมอย่างหนึ่ง ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง เข้ามาร่วมกัน เพื่อกระทำกิจกรรมอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายตามที่ได้กำหนดไว้ การกระทำนั้นจะเป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์การดำเนินการ เพื่อให้คงอยู่ต่อไป การกระตุ้นหรือการช่วยทำให้เกิดการกระทำ การควบคุมและการกระทำที่ทำให้เกิดการรวมกันเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างมีระบบแบบแผน ทั้งในด้านของบุคคลและในด้านวัตถุ จากความหมายของการจัดการ สรุปได้ว่าการจัดการจำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ ซึ่งรู้จักกันในนามของ 4M ได้แก่ คน (Man) เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ เงิน (Money) ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ วัสดุสิ่งของ (Materials) อุปกรณ์เครื่องใช้เครื่องมือต่างๆ รวมทั้งอาคารสถานที่ และการจัดการ (Management)

แนวคิดและทฤษฎีด้านการตลาด

De Aze (1985) กล่าวถึงส่วนประสมการตลาดว่า เป็นชุดการวางแผนที่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนองค์กรในการเข้าถึงตลาดเป้าหมายที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ

Dhiman and Sharma (2009) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดเป็นแนวคิดสำคัญในงานด้านการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ดำเนินการด้านการตลาด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 อ้างใน รามาริน บุญสม, 2550) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ (The Services Marketing Mix) ว่า มีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วน เป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบการบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดจึงประกอบไปด้วย 7Ps

ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549 อ้างใน ฉันทวัตต์ วันดี, 2551) ได้กล่าวถึงแนวคิด ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Services Marketing Mix) ไว้ว่า เป็นแนวคิดที่จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นจากส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าโดยทั่วไป ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 7Ps

เพราะฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดในตลาดบริการประกอบด้วย 7 อย่าง ดังนี้

1. ด้านสินค้า (Product) คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจหรือความต้องการของลูกค้า ซึ่งอาจอยู่ในรูปของสินค้า บริการ บุคคล สถานที่ องค์กร หรือความคิดซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ สินค้าที่จับต้องได้ กับสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้
2. ด้านราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์
5. ด้านบุคคล (People) ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งกัน เจ้าหน้าที่ควรมีทัศนคติที่ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ
7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

แนวคิดและทฤษฎีด้านการบริการ

ความหมายของการบริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549 อ้างใน ตรีเพ็ชร อำเภอ, ม.ป.ป) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 อ้างใน รามาริน บุญสม, 2550) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ฉะนั้น การบริการจึงเป็นกิจกรรมที่ร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ในการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน เพื่อตอบสนองความต้องการ และก่อให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น

สามารถจำแนกลักษณะของการบริการออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. ความไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า ผู้บริโภค (ลูกค้าที่คาดหวัง) ไม่สามารถรู้สึกมองเห็น ได้ยิน ลิ้มรส หรือได้กลิ่น ทำให้ไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ ทำให้ผู้บริโภคพยายามจะแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ (Service Quality) เพื่อทำให้ตัวเองเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้นๆ
2. ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) หมายความว่า การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน การบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน
3. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บไว้ในโกดังหรือคลังสินค้า เมื่อบริการเกิดขึ้นจะไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

คุณภาพการบริการ

คุณภาพของบริการ คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า หรือระดับความพึงพอใจของลูกค้า หลังจากได้รับบริการไปแล้ว (วีระพงษ์, 2539 อ้างใน ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล, 2551)

นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับ กับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่า มีคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้าม ถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

คุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความแตกต่างในธุรกิจบริการ การรักษาระดับการให้บริการให้เหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า โดยปัจจัยที่ลูกค้านำมาพิจารณาจะเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience) ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน (Word of Mouth Communication = W-O-M) และความต้องการส่วนตัว (Personal needs) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985)

Parasuraman et al. (1991) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการ พบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินคุณภาพของการบริการมี 10 ด้าน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้และด้านการคาดหวัง โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (Parasuraman et al., 1985 อ้างใน ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล, 2551)

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability) เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสามารถในการบริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน

2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ ความตั้งใจและความพร้อมที่จะให้บริการของพนักงาน รวมไปถึงความเหมาะสมของระยะเวลาให้บริการด้วย เช่น พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า

3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง คุณสมบัติในการมีทักษะและความรู้ ความสามารถในการให้บริการ นั่นคือ พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ ความชำนาญ และสามารถในงานที่ให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เช่น สามารถโทรศัพท์ติดต่อได้ตลอดเวลา การบริการที่มอบแก่ลูกค้า ต้องอำนวยความสะดวกในด้าน เวลาและสถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสม สะดวกสบายในการเดินทาง

5. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรี มีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี รวมไปถึงการแต่งกายที่สุภาพและเหมาะสมของพนักงานด้วย

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถในการอธิบายลูกค้าให้เข้าใจ อย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการ และส่วนลด

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ได้แก่ ชื่อเสียงขององค์กร ลักษณะที่น่าเชื่อถือของ พนักงานที่ติดต่อกับลูกค้า ความซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจ ความเชื่อถือได้และการนำเสนอบริการที่ดี ที่สุดให้แก่ลูกค้า

8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ ซึ่ง ได้แก่ ความปลอดภัยของร่างกายทรัพย์สิน และความเป็นส่วนตัว

9. ความเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing the Customer) การเข้าใจความต้องการของลูกค้า และเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว ให้ความสนใจลูกค้าเฉพาะบุคคลและสามารถจำชื่อลูกค้าได้

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพขององค์กร ลักษณะภายนอกของพนักงาน รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้บริการ ต่างๆ

ต่อมา Parasuraman et al. (1988 อ้างใน Parasuraman et al., 1991; Buttle, 1995) ได้มีการศึกษาและแบ่งคุณภาพของการบริการใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ (Parasuraman et al., 1991; Buttle, 1995)

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability)
2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)
3. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

และในหัวข้อที่เหลืออีก 7 หัวข้อที่ไม่ได้กล่าวถึงนั้น ได้ถูกรวบรวมและแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อใหม่ คือ

4. ความรู้และอรรถาธิบายของพนักงานให้บริการ (Assurance)
5. พนักงานบริการสามารถสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และมีความห่วงใยเอาใจใส่ให้กับลูกค้า (Empathy)

นอกจากนี้ ศศิประภา ชัยประสิทธิ์ (2554) ยังเสนออีกว่า คุณภาพของการบริการใน 5 ด้านนี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการ โดยใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ โดยการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในเชิงรุกนั้น โดยให้ความสำคัญไปที่

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) โดยการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่โดดเด่นและแสดงให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย และความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการ ซึ่งรูปแบบบริการที่ถูกนำเสนอออกมาอย่างเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงคุณภาพของการให้บริการนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน

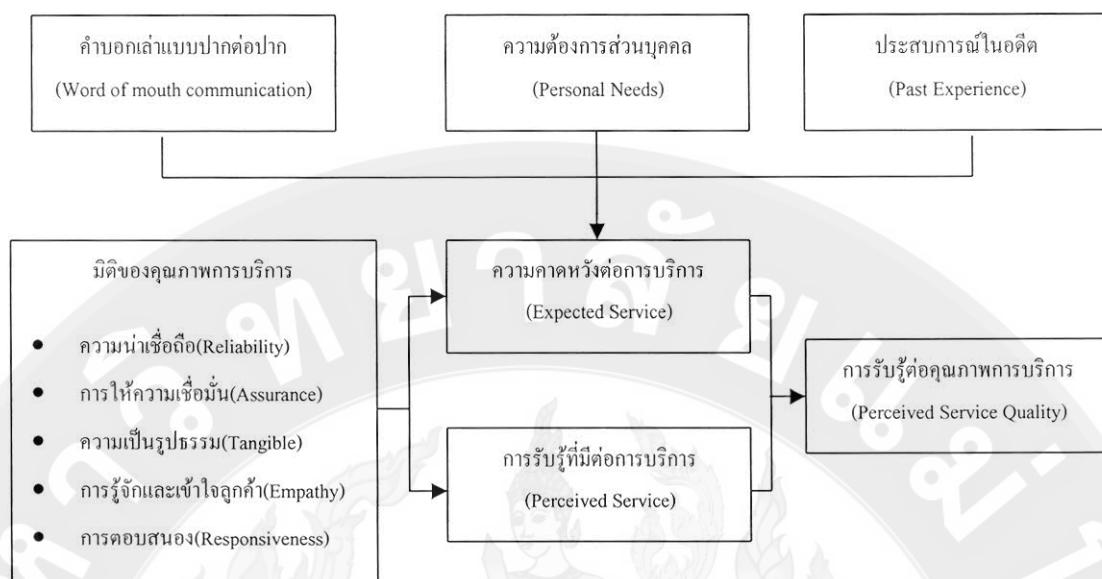
2. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างทันทั่วทั้งที่ทั้งความพร้อมด้านอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรที่สามารถการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสมและรวดเร็ว

3. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผู้ให้บริการควรทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้รับบริการ เป้าหมายตามความต้องการในการบริการที่เขาต้องการและเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ทักษะและบุคลิกภาพ

ในขณะที่การพัฒนาคุณภาพการบริการในเชิงรับนั้น ศศิประภาเสนอว่า ควรให้ความสนใจในหัวข้อ ดังต่อไปนี้

4. การเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) คือ การให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ โดยผู้ให้บริการควรมุ่งมั่นด้านการพัฒนาศักยภาพของตนเองตลอดจนการรักษาระดับมาตรฐานของการบริการให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ และ

5. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) เป็นการให้ความสำคัญกับความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการตลอดจนพนักงานทุกคนจะต้องแสดงถึงความมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการในทุกๆ ด้าน ตลอดจนความมีประสิทธิภาพของการบริการจนสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด



ภาพ 3 การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ

ที่มา: Parasuraman et al. (1991)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ได้ศึกษาถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามชายหญิงที่มีจำนวนใกล้เคียงกัน อายุระหว่าง 21-30 ปี จากระดับการศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน เป็นโสด ไม่ได้เป็นสมาชิกสปา และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท พบว่า สาเหตุสำคัญที่มาใช้บริการสปา คือ ต้องการการพักผ่อนคลายเครียด โดยก่อนไปใช้บริการมีการสอบถามข้อมูลเรื่องความสะอาดมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมทางการตลาดในการประเมินการให้บริการสปา โดยให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือด้านบุคคล และผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือเพื่อนที่มีประสบการณ์การทางสปา นอกจากนี้ยังพบว่าเพศชายมีการสอบถามข้อมูลก่อนการเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากประเภทของการให้บริการและความสะอาดมากที่สุด ในขณะที่เพศหญิงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นสำคัญ

อัญชลี ภูอิทธิวงศ์ (2547) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบ

เฉพาะเจาะจง 131 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต และผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการและปัจจัยด้านการบริการ โดยการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้ง ด้านค่าบริการ ด้านผู้ให้บริการและด้านการบริการจะมีผลในเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่

พายกล ชัยวิศิษฐ์ (2549) ศึกษาถึง บทบาทของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในการส่งเสริมเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 33 แห่ง พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากเห็นว่านโยบายของภาครัฐในการจัดตั้งจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการแพथนั้นเป็นนโยบายที่ดีและมีประโยชน์ พบว่าธุรกิจสปามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีการขยายตัวของสถานประกอบการและการแข่งขันที่สูงมาก และปัจจัยที่ทำให้เกิดการขยายตัวคือปัจจัยภาครัฐและปัจจัยทางการตลาด ส่วนอุปสรรคของการดำเนินงานธุรกิจสปาและบริการสุขภาพ คือ พนักงานขาดความรู้และปัญหาสปาเถื่อนหรือสปาแอบแฝง ส่วนด้านผลกระทบจากนโยบายของภาครัฐในการจัดตั้งจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการแพथนั้น พบว่า ส่งผลดีต่อธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้สถานประกอบการธุรกิจสปาได้มีการพัฒนารูปแบบการบริการให้มีมาตรฐาน และส่งผลดีต่อผู้รับบริการให้ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการได้มากขึ้น

รามาริน บุญสม (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประเภทของสถานประกอบการสปา ประกอบด้วย สปาที่เป็นลักษณะเคย์สปา จำนวน 17 แห่ง โรงแรมและรีสอร์ทสปา จำนวน 3 แห่ง และเมดิคอลสปาหรือสปาเพื่อการรักษา จำนวน 1 แห่ง โดยส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของเดี่ยว เปิดกิจการอยู่ที่ 5 ปีขึ้นไป และมีพนักงานประจำ 1-5 คน ในด้านการจัดการนั้น โครงสร้างมีความแตกต่างกันตามขนาดและประเภทของธุรกิจ โดยผู้บริการสามารถทำได้หลายหน้าที่และได้ผ่านการฝึกอบรม ส่วนในด้านการตลาดนั้น บริการหลักคือการนวดเพื่อสุขภาพ กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยติดต่อผ่านหน้าร้านหรือบริษัทนำเที่ยว ส่วนในด้านการผลิตและการดำเนินงานนั้น จะพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง การคมนาคม มาตรฐานในการควบคุมเชื้อโรคและการเลือกผลิตภัณฑ์ และในด้านการเงินนั้นสถานประกอบการสปาส่วนใหญ่ ไม่มีการวางแผนการเงินและการจัดสรรเงินอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ยังพบว่า มีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นเนื่องจากบุคลากรและการตลาด

กฤตภาส แสงเดือน (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต จังหวัดปทุมธานี พบว่า เจ้าของหรือผู้จัดการเห็นว่รูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขต จังหวัดปทุมธานี เป็นโครงสร้างองค์การแบบง่าย โดยมีเจ้าของหรือผู้จัดการและพนักงานทำงาน ร่วมกัน ส่วนใหญ่วางแผนการดำเนินงานด้วยการวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีการจัด โครงสร้างองค์การซึ่งมีรูปแบบชัดเจน โดยปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ ส่วนใหญ่สั่งการ ตามลำดับชั้นตามโครงสร้างขององค์การ มีการประสานงานตามแผนที่กำหนดไว้ และส่วนใหญ่มี การกำกับดูแลให้การดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ส่วนพนักงานเห็นว่า การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมมีความสำคัญในทุกด้าน โดยเห็นว่าความสำคัญ สูงสุดได้แก่ ด้านการวางแผน และด้านที่มีความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ด้านการประสานงาน

ฉันทวัฒน์ วันดี (2551) ได้ศึกษา การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ ธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สภาพเศรษฐกิจโดยรวมคงตัวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปามากนัก กิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพยังมีการเจริญเติบโตมากขึ้น เนื่องจากลูกค้ามีการใช้ จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ ในรูปแบบของเครื่องมือเครื่องจักรที่ช่วยในการให้บริการ รวมถึงการบริหารจัดการในด้านการ จัดเก็บข้อมูลและการทำการตลาด โดยลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการจะเป็นนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่สนใจดูแลสุขภาพ ผู้ใช้บริการเป็นผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ระดับของการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมมีความรุนแรงปานกลางไปจนถึงค่อนข้างมาก โดยกลยุทธ์ที่คู่แข่งแต่ละรายใช้ เป็นกลยุทธ์หลัก ได้แก่ คุณภาพของการบริการและราคา

ศศิประภา ชัยประสิทธิ์ (2554) ศึกษาถึง การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวไทยต่ออนาคตแห่งการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ผู้ประกอบการควรให้การ สนับสนุนทางด้านการเพิ่มพูนทักษะแรงงานทางการท่องเที่ยว ด้วยการวิจัยและพัฒนากำลังคน โดยเฉพาะด้านภาษา และการปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานการทำงานที่เป็นสากล ส่วนในด้านของ ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการปรับตัวทางด้านการบริหารจัดการ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือ กับสถานการณ์ทางการค้าและการลงทุนอย่างเสรีที่กำลังจะเกิดขึ้น และเพื่อเป็นการเสริมสร้าง ศักยภาพการแข่งขันทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยในภูมิภาคอาเซียน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ พบว่า ผู้รับบริการมีความ คาดหวังอย่างมากในคุณภาพของการบริการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการ ศึกษา เพื่อให้ผู้ประกอบการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป

กรอบแนวคิด

จากแนวคิดในทฤษฎีเบื้องต้น สามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพ 4 กรอบแนวคิด

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

1. สถานที่ดำเนินการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ธุรกิจสปาที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (สมาคมไทยล้านนาสปา, 2556: ระบบออนไลน์) และเนื่องจากสปาที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ประกอบด้วยสปา 2 ประเภท คือ Day Spa และ Hotel & Resort Spa จำนวน 26 ราย การดำเนินการขอสัมภาษณ์มีผู้ประกอบการยินดีให้ข้อมูลและตอบรับการสัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคัดเลือกประชากรจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 ราย ประกอบด้วย

1. เทวารักษ์ สปา
2. ฟीलันนา สปา
3. เดอะ โอเอซิส สปา ไทยแลนด์
4. เฮลท์ล้านนา สปา

5. ยู สปา
6. สปาเซ็นวารี โรงแรมเซนทารา ดวงตะวัน เชียงใหม่
7. พิก สปา แอนด์ บิวตี้ ซาลอน
8. เดอะ สปา เลอ เมอริเดียน เชียงใหม่
9. เชียงใหม่ สปา มัณฑรา
10. รติลานนา สปา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ในส่วนของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานวิจัย เอกสารวารสารการศึกษา และข้อมูลบนเว็บไซต์ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา จำนวน 15 ราย เพื่อสอบถามถึงการเตรียมความพร้อม ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงานของกิจการ รวมทั้งข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการแต่ละราย ประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ฯลฯ
2. ข้อมูลทั่วไปของกิจการ เช่น ลักษณะของกิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน ฯลฯ

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน รวมถึงข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีทางสถิติร้อยละและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยผู้ศึกษาจะนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) มาวิเคราะห์ การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงานของกิจการ รวมทั้งข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข โดยดำเนินการตามหลักทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่วางไว้



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาเชิงลึก ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล คือ ไม่สามารถสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาได้ทั้งหมด โดยการดำเนินการขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการยินดีให้ข้อมูลและตอบรับการสัมภาษณ์จำนวน 10 ราย จากผู้ประกอบการทั้งหมด 26 ราย และสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน
2. ข้อมูลทั่วไปของกิจการ
3. ข้อมูลด้านการรับรู้และความเข้าใจ ด้านความคิดเห็น และผลที่ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาคาดว่าจะได้รับ
4. ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา
5. ข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ดำเนินการสปา 6 ราย ส่วนที่เหลือเป็นผู้ช่วยผู้ดำเนินการสปาและผู้ดำเนินการโรงเรียนสปาอย่างละ 1 ราย และหัวหน้าผู้ดูแลมาตรฐานในการบริการ 2 ราย ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี 8 ราย และที่เหลือจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 1 ราย และต่ำกว่าปริญญาตรี 1 ราย เป็นเพศหญิง 9 ราย และเพศชายเพียง 1 ราย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ดำเนินการสปา 10 ราย ที่อยู่ในขอบเขตของการศึกษา คือ กลุ่มธุรกิจสปาที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ผลการศึกษาตามตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ตำแหน่ง		
ผู้ดำเนินงานสปา	6	60.00
ผู้ช่วยผู้ดำเนินงานสปา	1	10.00
ผู้ดำเนินการ โรงเรียนสปา	1	10.00
หัวหน้าผู้ดูแลมาตรฐานในการบริการ	2	20.00
2. เพศ		
ชาย	1	10.00
หญิง	9	90.00
3. อายุ		
น้อยกว่า 35 ปี	7	70.00
ระหว่าง 35-40 ปี	3	30.00
4. สถานภาพสมรส		
โสด	8	80.00
สมรส	2	20.00
5. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	10.00
ปริญญาตรี	8	80.00
สูงกว่าปริญญาตรี (ปริญญาโท)	1	10.00
6. ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา		
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00
ระหว่าง 1-3 ปี	0	0.00
ระหว่าง 3-5 ปี	0	0.00
มากกว่า 5 ปี (8, 9, 10 และ 12 ปี)	10	100.00
รวม	10	100.00

จากข้อมูลพบว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ดำเนินการสปา 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาจะเป็นตำแหน่งหัวหน้าผู้ดูแลมาตรฐานในการบริการ 2 ราย ตำแหน่งผู้ช่วยผู้ดำเนินงาน สปาและผู้อำนวยความสะดวกโรงเรียนสปาอย่างละ 1 ราย ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ คือ 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 90 ในขณะที่เป็นเพศชาย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 ส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลจะมีอายุน้อยกว่า 35 ปี โดยอยู่ระหว่าง 32-35 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 ส่วนที่เหลือ 3 ราย มีอายุระหว่าง 35-40 ปี จำนวน 3 ราย และในจำนวนนี้มีสถานะโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 และอีกร้อยละ 20 สมรสแล้ว

ผู้ให้ข้อมูลมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 80 และผู้ให้ข้อมูลทุกรายมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการสปาหรือผู้ดำเนินการสปา มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

จากผลการศึกษาและการรวบรวมข้อมูล สามารถจำแนกลักษณะของสถานประกอบการได้ตามตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ		
หุ้นส่วน	1	10.00
บริษัท	9	90.00
2. ประเภทของธุรกิจ		
Day/City Spa	5	50.00
Hotel & Resort	5	50.00
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
น้อยกว่า 1 ปี	0	00.00
ระหว่าง 1-3 ปี	2	20.00
ระหว่าง 3-5 ปี	2	20.00
มากกว่า 5 ปี (7, 9, 10 12 ปี)	6	60.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่า 5 คน	0	00.00
ระหว่าง 5-10 คน	4	40.00
ระหว่าง 10-15 คน	2	20.00
มากกว่า 15 คน (20, 30, 50, 109 คน)	4	40.00
5. ต้นทุนในการดำเนินการ		
น้อยกว่า 5 ล้านบาท (2, 3, 4 ล้านบาท)	3	30.00
ระหว่าง 5-10 ล้านบาท	1	10.00
มากกว่า 10 ล้านบาท (15 ล้านบาท)	1	10.00
ไม่สามารถระบุได้/ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้	5	50.00
6. รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจต่อเดือน		
น้อยกว่า 3 ล้านบาท (1.5 ล้านบาท)	1	10.00
ระหว่าง 3-5 ล้านบาท	3	30.00
ระหว่าง 5 แสน-1 ล้านบาท	2	20.00
มากกว่า 1 ล้านบาท (1, 3, 4.5 ล้านบาท)	3	30.00
ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้	1	10.00
7. จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อเดือน		
ระหว่าง 100-300 คน	4	40.00
ระหว่าง 300-500 คน	2	20.00
ระหว่าง 500-1,000 คน	1	10.00
มากกว่า 1,000 คน (2,000, 5,000 คน)	3	30.00
8. ประเภทของกลุ่มลูกค้า		
ชาวไทย		
น้อยกว่าร้อยละ 30 (ร้อยละ 1, 5, 10 20)	8	80.00
ระหว่างร้อยละ 30-60	2	20.00
มากกว่าร้อยละ 60	0	00.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาวต่างชาติ		
น้อยกว่าร้อยละ 30	0	00.00
ระหว่างร้อยละ 30-60	1	20.00
มากกว่าร้อยละ 60 (ร้อยละ 70, 80, 90, 95, 99)	9	00.00
9. ช่วงเวลาในการให้บริการ		
ระหว่าง 9.00-21.00 น.	1	10.00
ระหว่าง 10.00-20.00 น.	2	20.00
ระหว่าง 10.00-22.00 น.	7	70.00
รวม	10	100.00

จากข้อมูลพบว่า กิจการอยู่ในรูปแบบบริษัท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 90 แบ่งเป็นประเภท Day/City Spa และ Hotel & Resort Spa ในจำนวนอย่างละ 5 ราย เท่ากัน โดยสถานประกอบการเปิดดำเนินการเป็นเวลามากกว่า 5 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 ในขณะที่สถานประกอบการที่เหลืออยู่ในช่วงดำเนินการระหว่าง 1-3 ปีและ 3-5 ปี

สถานประกอบการขนาดเล็กจะมีพนักงานในระหว่าง 5-10 คน ส่วนสถานประกอบการขนาดใหญ่มักจัดพนักงานไว้บริการมากกว่า 15 คน ขึ้นไป โดยอัตราส่วนของสถานประกอบการทั้งสองประเภทมีอยู่ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 40 ในขณะที่สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถระบุได้ว่าใช้ต้นทุนในการดำเนินกิจการเป็นจำนวนเท่าไร เนื่องจากยังคงดำเนินการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และสปีบางส่วนเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม ซึ่งไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน ซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 50 ของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด ในขณะที่สถานประกอบการที่เปิดเผยข้อมูลใช้ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำกว่า 5 ล้านบาท

สถานประกอบการ 4 ราย หรือ ร้อยละ 40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5 ล้านบาท โดยรองลงมาจะมีรายได้อยู่ระหว่าง 3-5 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 30

จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้อยละ 40 อยู่ในระหว่าง 100-300 คน ในขณะที่สถานประกอบการบางแห่งมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่า 1,000 คน โดยคิดเป็นอัตราร้อยละ 30 ของสถานประกอบการทั้งหมด และสถานประกอบการกว่าร้อยละ 90 มีอัตราส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการเป็น

ชาวต่างชาติสูงกว่าร้อยละ 60 และกว่าร้อยละ 70 ของสถานประกอบการทั้งหมดนิยมเปิดให้บริการในช่วงเวลา 10.00–22.00

**ข้อมูลด้านการรับรู้และความเข้าใจ ด้านความคิดเห็น และผลที่ผู้ประกอบการ
หรือผู้ดำเนินการสภาคว่าจะได้รับ**

จากผลการศึกษา สามารถสรุปการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสภาคต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้านการรับรู้และความเข้าใจ ด้านความคิดเห็นและผลที่ผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสภาคว่าจะได้รับได้ ดังนี้

ตาราง 5 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลด้านการรับรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และผลที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลด้านการรับรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และผลที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสภาค		
1. ด้านการรับรู้และความเข้าใจ		
เป็นการเปิดเสรีทางการค้า/การลงทุน	6	60.00
เป็นการแลกเปลี่ยนด้านแรงงาน/ภาษา/วัฒนธรรม	4	40.00
เป็นการร่วมมือในกลุ่มประเทศอาเซียนเพื่อทำธุรกิจร่วมกัน	3	30.00
2. ด้านความคิดเห็น		
ข้อดี		
สร้างโอกาสทางธุรกิจ	6	60.00
ช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม	3	30.00
ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว	2	20.00
ข้อเสีย		
การแข่งขัน	2	20.00
การไหลออกของแรงงาน	2	20.00
อุปสรรคจากข้อกีดกันด้านภาษา	2	20.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการรับรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และผลที่คาดว่าจะได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ด้านประโยชน์ที่คาดว่าจะธุรกิจสปาจะได้รับ		
เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้	7	70.00
กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาความรู้และความชำนาญในวิชาชีพ	3	30.00
สร้างโอกาสทางธุรกิจ	2	20.00
รวม	10	100.00

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า ผู้ประกอบการมีความเข้าใจว่าการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการเปิดเสรีทางการค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 60 รองลงมาทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ร้อยละ 40 ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดี แต่ไทยมีข้อเสียเปรียบด้านภาษา ซึ่งถือเป็นอุปสรรคในการแข่งขัน ผู้ประกอบการมองว่าจะช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและช่วยเพิ่มรายได้ถึงร้อยละ 70 อีกทั้งมีโอกาสเลือกแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญสูง

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา

จากผลการศึกษา สามารถสรุปข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปาได้ ดังตาราง 6 คือ

ตาราง 6 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)		
1. ลักษณะทางกายภาพ		
มีมาตรฐานจากส่วนกลางเน้นความเป็นล้านนาร่วมสมัย	3	30.00
ผู้ประกอบการกำหนดเน้นความเป็นล้านนาคั้งเดิม	3	30.00
ผู้ประกอบการกำหนดเน้นความเป็นล้านนาร่วมสมัย	4	40.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. บุคลากร		
จัดอบรมด้านสปา	9	90.00
จัดอบรมด้านภาษา	8	80.00
จัดอบรมด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม	2	20.00
3. ลักษณะและชนิดของทริทเมนต์		
บำบัดด้วยวิถีธรรมชาติ	7	70.00
บำบัดด้วยวิถีธรรมชาติร่วมกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3	30.00
4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง		
มีบริการรถรับ-ส่งในเขตอำเภอเมืองโดยไม่มีค่าใช้จ่าย	4	40.00
มีบริการรถรับ-ส่งในเขตอำเภอเมืองโดยไม่มีค่าใช้จ่าย แต่มีค่าบริการหากอยู่นอกเขตอำเภอเมือง	2	20.00
ไม่มีบริการรถรับ-ส่ง	4	40.00
ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)		
1. จำนวนห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก		
มีห้องทริทเมนต์เพียงพอและแนะนำให้ลูกค้าจองล่วงหน้า	7	70.00
มีห้องทริทเมนต์เพียงพอและมีพื้นที่รองรับลูกค้า เช่น ชาวน้ำ	3	30.00
2. จำนวนบุคลากร		
ปรับตารางการทำงานของพนักงาน	9	90.00
ใช้พนักงานนวดอิสระ	5	50.00
ใช้พนักงานจากหน่วยงานในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน เช่น โรงเรียน	3	30.00
3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทริทเมนต์		
สื่อออนไลน์	10	100.00
สื่อ/สิ่งพิมพ์ท้องถิ่น	8	80.00
บริษัทนำเที่ยว	8	80.00

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)		
1. รับฟังความคิดเห็นผ่านแบบสอบถามความคิดเห็นหลังทำ ทำสปา	9	90.00
2. วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละเชื้อชาติ	5	50.00
3. แจกข้อมูลลูกค้าแก่นักงานก่อนทำสปา	2	20.00
ด้านที่ 4 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)		
1. การควบคุมคุณภาพการบริการ		
ตรวจมาตรฐานการบริการเป็นการภายใน	10	100.00
ตรวจมาตรฐานการบริการเป็นการภายในและจาก เจ้าหน้าที่ภายนอก	2	20.00
2. ด้านการวิจัยและพัฒนา		
ส่งบุคลากรไปอบรมด้านสปาและภาษากับสถาบันที่มี มาตรฐานหรือจัดเจ้าหน้าที่จากภายนอกมาอบรมให้	10	100.00
จัดอบรมโดยเจ้าหน้าที่ภายในสถานประกอบการ	5	50.00
ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)		
1. ให้สวัสดิการกับพนักงานนอกเหนือจากเงินเดือน	10	100.00
2. สร้างความสัมพันธ์แบบเครือญาติ	4	40.00
รวม	10	100.00

จากข้อมูลข้างต้น ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า สถานประกอบการทุกแห่งนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นล้านนา โดยร้อยละ 70 จะเพิ่มภาพลักษณ์ให้ทันสมัย ซึ่งร้อยละ 30 ที่อยู่ภายใต้การบริหารของโรงแรม จะคงรูปแบบให้เป็นไปตามมาตรฐานตามหลักสากล แต่มีการปรับให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการกำหนดมาตรฐานของการบริการและตรวจสอบมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ และมีการพัฒนาทักษะด้านสปาถึงร้อยละ 90 และรองลงมาคือทักษะด้านภาษา ร้อยละ 80 โดยเน้นภาษาอังกฤษและจีนเป็นหลัก การบริการเน้นวิถีธรรมชาติร้อยละ 70 และอีกร้อยละ 30 จะนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้ มีการอำนวยความสะดวก

สะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าร้อยละ 60 โดย ร้อยละ 40 อำนวยความสะดวกอยู่ในเขตอำเภอเมืองโดยไม่มีค่าบริการ

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า พบว่า จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับจำนวนลูกค้า โดยร้อยละ 70 แนะนำให้ลูกค้าสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้า และร้อยละ 90 ใช้การปรับตารางการทำงานของพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ ร้อยละ 50 ใช้พนักงานอิสระ และร้อยละ 30 เลือกให้นักเรียนสปมาช่วยรับรอง โดยลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ทางสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ทุกแห่งเลือกใช้ รองลงมาเป็นสื่อท้องถิ่นและบริษัทนำเที่ยวเป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 80

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เป็นให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ โดยสถานประกอบการจะวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้จากความคิดเห็นของลูกค้าหลังจากทำสปามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือสังเกตพฤติกรรม ร้อยละ 50

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ พบว่า สถานประกอบการทุกแห่งตั้งมาตรฐานในการบริการ มีการควบคุมและมีการตรวจเช็คมาตรฐานการบริการเป็นประจำ ทุกแห่งมีการพัฒนาและสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา โดยสนับสนุนการเพิ่มทักษะด้านการบริการควบคู่กับการพัฒนาทักษะด้านภาษา

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ผู้ประกอบการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเพื่อให้พนักงานบริการลูกค้าอย่างดีที่สุด โดยทุกแห่งให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ ร้อยละ 40 สร้างความสัมพันธ์อันดีในองค์กร สร้างความรู้สึกเสมือนเครือญาติเพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข

ข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ผู้ประกอบการและผู้ดำเนินการสปา พบปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงาน โดยมีข้อเสนอแนะและเสนอแนะแนวทางแก้ไข โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 7 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ข้อมูลด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัญหาและอุปสรรค		
1. มีสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด สร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดี	5	50.00
2. ขาดแคลนแรงงาน	4	40.00
3. ขาดความเชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์/ยังไม่มีที่รู้จัก	3	30.00
4. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ	2	20.00
ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข		
1. จัดระเบียบและควบคุมมาตรฐานอย่างเคร่งครัด	4	40.00
2. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ	4	40.00
3. ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ด้านวิชาชีพสปาอย่างถูกต้อง	2	20.00
รวม	10	100.00

ในด้านปัญหาและอุปสรรค ผู้ประกอบการร้อยละ 50 มองว่า ปัจจุบันมีสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และไม่มีคุณสมบัติของสปาตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด รองลงมาร้อยละ 40 มองว่าการขาดแคลนแรงงานเป็นปัญหาสำคัญ ผู้ประกอบการร้อยละ 30 มองว่าสพายังไม่เป็นที่รู้จัก เนื่องจากยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเสนอแนะให้บุคคลหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เข้ามาจัดระเบียบและควบคุมมาตรฐานการบริการอย่างจริงจัง และช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อให้สปาไทยเป็นที่รู้จัก คิดเป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 40 รองลงมาร้อยละ 20 เสนอการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ด้านวิชาชีพสปาอย่างถูกต้อง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยคัดเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 26 ราย (สมาคมไทยล้านนาสปา, 2556: ระบบออนไลน์) แต่เนื่องจากการดำเนินการขอสัมภาษณ์ มีผู้ประกอบการยินดีให้ข้อมูลและตอบรับการสัมภาษณ์ จำนวน 10 ราย จากผู้ประกอบการทั้งหมด 26 ราย ผู้ศึกษาจึงใช้ข้อมูลนี้แทนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยได้สรุปอภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. สรุปผล

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

1.2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

1.3 ข้อมูลด้านการรับรู้และความเข้าใจ ด้านความคิดเห็น ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

2. อภิปรายผล

3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินการสปา เป็นเพศหญิง ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี โดยอยู่ระหว่าง 32-35 ปี และมีสถานะโสดมากที่สุด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรี และผู้ให้ข้อมูลทุกรายมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการสปาหรือผู้ดำเนินการสปามากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

จากการศึกษาพบว่า กิจการส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบบริษัท แบ่งเป็นประเภท Day/City Spa และ Hotel & Resort Spa ในจำนวนอย่างละ 5 ราย เท่ากัน โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการเป็นเวลามากกว่า 5 ปี สถานประกอบการขนาดเล็กจะมีพนักงานในระหว่าง 5–10 คน ส่วนสถานประกอบการขนาดใหญ่มักจัดพนักงานไว้บริการมากกว่า 15 คน ขึ้นไป ในขณะที่สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถระบุได้ว่าใช้ต้นทุนในการดำเนินกิจการเป็นจำนวนเท่าไร เนื่องจากยังคงดำเนินการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และสปีบางส่วนเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรมซึ่งไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน ในขณะที่สถานประกอบการที่เปิดเผยข้อมูลใช้ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำกว่า 5 ล้านบาท

สถานประกอบการส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ระหว่าง 100–300 คน ส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นชาวต่างชาติ และนิยมเปิดให้บริการในช่วงเวลา 10.00–22.00

ข้อมูลด้านการรับรู้และความเข้าใจ ด้านความคิดเห็น ผลที่คาดว่าจะได้รับ ปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ด้านการรับรู้และความเข้าใจ

ผู้ประกอบการมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันว่า การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการเปิดเสรีทางการค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน ทำให้เศรษฐกิจขยายตัว ก่อให้เกิดการจ้างงาน โดยแรงงานมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น และในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการสามารถจ้างแรงงานที่มีศักยภาพสูงสุด ถือเป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทั้งในด้านการลงทุน ด้านบุคลากร ด้านวัฒนธรรมและเป็นการกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนพัฒนาศักยภาพเพื่อให้เกิดความทัดเทียมกับประเทศเพื่อนบ้าน

ด้านความคิดเห็น

พบว่าผู้ประกอบการ 5 ราย จาก 10 ราย มีความคิดเห็นเป็นไปทั้งสองด้าน โดยด้านหนึ่งมีความคิดเห็นว่าเป็นข้อที่ดีคือ ทำให้ธุรกิจเกิดการเติบโต การรวมกลุ่มจะเพิ่มโอกาสให้แรงงานมีทางเลือกมากขึ้น ทำให้ทุกประเทศได้ประโยชน์ร่วมกัน อีกทั้งช่วยกระตุ้นให้คนไทย

พัฒนาทักษะความรู้และความสามารถในการวิชาชีพ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับภาคธุรกิจโดยรวม ส่วนอีกด้านให้ความเห็นว่า ไทยยังคงมีความเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะข้อด้อยด้านภาษา ซึ่งถือเป็นอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพและควรได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน ในขณะที่อีก 5 รายที่เหลือ ให้ความเห็นว่า การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนถือเป็นเรื่องที่ดี โดยนอกเหนือจากประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจแล้ว ถือเป็นโอกาสที่จะได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันและเพิ่มโอกาสในการพัฒนาตนเอง

ด้านประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสปาจะได้รับ

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 10 ราย ให้ความเห็นว่าธุรกิจสปาจะได้รับประโยชน์ในหลายๆ ด้าน โดยผู้ประกอบการ 6 ราย มองเห็นว่าความสะดวกจากการเดินทางจะช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจสปาเพิ่มขึ้น ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรสนใจและมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาทักษะในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะทักษะด้านภาษาที่สามารถทำควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านความรู้และความชำนาญในอาชีพ ซึ่งถึงแม้คนไทยจะมีความได้เปรียบในทักษะด้านการบริการ แต่ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ และส่วนของผู้บริหารถือได้ว่าเป็นโอกาสในการพัฒนาทักษะด้านการบริหารและการเตรียมการด้านการจัดการ ในขณะที่ผู้ประกอบการ 3 ราย มองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการที่มีแรงงานที่หลากหลาย ผู้ประกอบการมีโอกาสเลือกแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญสูง โดยผู้ประกอบการที่เหลือมองเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาทักษะความสามารถของตนเอง และมองเห็นโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทย และช่วยแนะนำสปาไทยให้เป็นที่รู้จักแถบอาเซียนมากขึ้น

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

พบว่าลักษณะของการนำเสนอของสถานประกอบการทุกแห่งล้วนมีทิศทางไปในทางเดียวกัน คือ นำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นล้านนา ผ่านรูปแบบของการตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์ที่สื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนา ร่วมกับสื่อสารเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านรูปแบบของการบริการ บางสถานประกอบการจะเพิ่มภาพลักษณ์ให้ทันสมัย ในขณะที่บางสถานประกอบการโดยเฉพาะที่อยู่ภายใต้การบริหารของโรงแรมจะคงรูปแบบให้เป็นไปตามมาตรฐานตามหลักสากล แต่มีการปรับให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยสถานประกอบการที่อยู่ในรูปแบบของ Day/City Spa ทั้งหมด 5 ราย จะมีรูปแบบการนำเสนอสปาโดย

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบของการนำเสนอ ในขณะที่สถานประกอบการที่เหลือ 5 ราย ซึ่งอยู่ในลักษณะของ Hotel & Resort จะมีรูปแบบและมาตรฐานในการนำเสนอซึ่งถูกกำหนดจากส่วนกลาง โดยมีสถานประกอบการ 3 ราย จาก 5 รายนี้ เป็นสปาที่อยู่ภายใต้การบริหารจากโรงแรมที่มีเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและตั้งอยู่หลายๆ แห่งในต่างประเทศ

2. บุคลากร

พบว่าสถานประกอบการทั้ง 10 แห่ง ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมทั้งจำนวนและทักษะของบุคลากร โดยเน้นการเตรียมความพร้อมและฝึกฝนในทักษะด้านการบริการ ควบคู่กับการพัฒนาและเพิ่มความรู้ด้านการสื่อสาร สถานประกอบการส่วนหนึ่งจะคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์และผ่านการรับรองจากสถาบันที่ได้มาตรฐาน และสถานประกอบการทุกแห่งมีการกำหนดมาตรฐานของการบริการ โดยให้พนักงานปฏิบัติตามรูปแบบที่วางไว้ มีการตรวจสอบมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ และมีการพัฒนาทักษะของบุคลากร โดยจัดให้มีการอบรมเพื่อเพิ่มความรู้เพิ่มเติม ทั้งการจัดอบรมภายในสถานประกอบการและส่งบุคลากรไปอบรมกับสถาบันที่ได้มาตรฐาน เน้นเพิ่มพูนทักษะด้านการบริการ โดยสอดคล้องกับวัฒนธรรมของประเทศในเขตอาเซียนและทักษะด้านภาษาเพิ่มเติม ซึ่งนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ จะเน้นภาษาจีนเป็นหลัก

3. ลักษณะและชนิดของทรีทเมนต์

สถานประกอบการทุกแห่ง เน้นการให้บริการแบบธรรมชาติเป็นหลัก โดยสถานประกอบการ 7 แห่งเน้นการบริการโดยวิถีธรรมชาติซึ่งไม่ใช่อุปกรณ์ใดๆ เข้ามาร่วมกับการทำทรีทเมนต์ แต่สถานประกอบการที่เหลือ 3 แห่ง ได้ประยุกต์ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาร่วมกับการทำทรีทเมนต์เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด มีการอบรมการใช้งานและตรวจเช็คคุณภาพและความสะอาดอุปกรณ์เป็นประจำ อย่างไรก็ตามสถานประกอบการทุกแห่งจะมีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนดและให้ความสำคัญกับความสะอาดและความปลอดภัยเป็นหลัก

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

พบว่าผู้ประกอบการยังคงให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้า โดยผู้ประกอบการ 6 ราย ซึ่งเป็นประเภท Day/City Spa 5 แห่ง และ Hotel & Resort 1 แห่ง อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าลูกค้าอยู่ในเขตอำเภอเมืองโดยไม่มีค่าบริการ และจะขอให้ลูกค้าเดินทางมาด้วยตนเองหากลูกค้าอาศัยอยู่นอกพื้นที่ให้บริการ โดยสถานประกอบการ 2 แห่งในนี้ จะอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่นอกเขตอำเภอเมืองโดยคิดค่าบริการเมื่อลูกค้าอยู่นอกเขตอำเภอเมือง ในขณะที่สถานประกอบการที่เป็น Hotel & Resort 4 แห่ง ไม่มีบริการด้านการเดินทางให้กับลูกค้า

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

พบว่าสถานประกอบการแต่ละแห่ง มีจำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานประกอบการเตรียมไว้รับรองลูกค้าเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ หากในบางกรณีที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมากโดยที่ไม่ได้สำรองทรีทเมนต์ไว้ล่วงหน้า ผู้ประกอบการจะแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการอื่นที่ไม่มีค่าใช้จ่ายแทนในระหว่างที่รอ เช่น การอบไอน้ำ การแช่น้ำ เพื่อเป็นการลดการสูญเสียลูกค้าและถือเป็นการแนะนำการบริการด้านอื่นให้เป็นที่รู้จัก แต่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะแนะนำให้ลูกค้าสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้า เพื่อจัดเตรียมสถานที่และจำนวนพนักงานให้เหมาะสมเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด

2. จำนวนบุคลากร

พบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 10 แห่ง ใช้การปรับตารางการทำงานของพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการในอัตราที่สูง เช่น ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงเทศกาลสำคัญ โดยมีสถานประกอบการ 4 แห่ง ที่ผู้ประกอบการมีธุรกิจโรงเรียนสปาไปด้วย จึงสามารถให้ครูผู้สอนหรือนักเรียนที่ได้รับการฝึกฝนแล้วเข้ามารับรองลูกค้าในช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการสูง และสถานประกอบการ 4 แห่ง เลือกใช้พนักงานนวดอิสระที่ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานการบริการเข้ามาช่วยรับรองลูกค้า

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทรีทเมนต์

ผู้ประกอบการใช้ช่องทางหลายช่องทางเพื่อติดต่อกับลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ โดยผู้ประกอบการทั้ง 10 แห่ง ใช้ช่องทางการติดต่อผ่านสื่อออนไลน์ทั้งเว็บไซต์ เช่น Tripadvisor และ Agoda เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น ตามสถานที่ท่องเที่ยว การเป็นพันธมิตรร่วมกับบริษัทนำเที่ยว การเข้าร่วมกับภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์ การออกบูธร่วมกับหน่วยงานที่ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เช่น งานไทยเที่ยวไทย (Thailand Discovery Fair) ตลอดจนการร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจในประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ให้สปาเป็นที่รู้จักมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ผู้ประกอบการมีนโยบายการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่มีวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยมและทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยสถานประกอบการแต่ละแห่งให้การบริการเพื่อสร้างความประทับใจและแสดงให้เห็นถึงการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยผู้ประกอบการ

จะเน้นสร้างความประทับใจโดยการให้ข้อมูลเบื้องต้นกับพนักงานที่ดูแลลูกค้า เช่น วันเกิดหรือ
วัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการ เช่น นลองครบรอบแต่งงาน รสนิยมของลูกค้า โดยพนักงานจะ
ทราบความต้องการเบื้องต้นของลูกค้า และพนักงานจะต้องสื่อสารกับลูกค้าอย่างถูกต้องและสังเกต
ความชอบและความต้องการของลูกค้าจากพฤติกรรมต่างๆ โดยส่วนหนึ่งทางสถานประกอบการจะ
ให้ข้อมูลและจัดอบรมเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละเชื้อชาติ และพนักงานจะต้องพัฒนา
ทักษะนี้ด้วยตนเอง โดยสถานประกอบการจะสามารถวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้จากความ
คิดเห็นของลูกค้าหลังจากทำสปา

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

พบว่าสถานประกอบการทุกแห่ง ตั้งมาตรฐานในการบริการและมีการควบคุม
มาตรฐานการบริการ สถานประกอบการ 9 แห่ง มีการตรวจเช็คมาตรฐานการบริการภายใน โดย
ผู้ดำเนินการสปาและผู้ฝึกสอนเป็นผู้ตรวจประเมิน และมีสถานประกอบการ 2 แห่งในจำนวนนี้ อยู่
ภายใต้การบริหารจัดการของโรงแรมในระดับสากล ซึ่งนอกเหนือจากการตรวจประเมินจากภายใน
สถานประกอบการแล้วยังมีเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางเข้ามาตรวจเช็คร่วมด้วย ส่วนผู้ประกอบการที่
เหลือ 1 แห่ง ได้เชิญบุคคลภายนอกเข้ามาร่วมประเมิน โดยทั้งหมดนี้จะได้รับการประเมินตาม
มาตรฐานและผู้ประเมินแจ้งผลการประเมินกลับไปยังพนักงาน เพื่อเป็นการปรับปรุงมาตรฐานการ
บริการ หากพนักงานยังไม่สามารถให้บริการได้ตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ และถือเป็นการชมเชยหาก
พนักงานให้บริการได้ตามมาตรฐานและเป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

พบว่าสถานประกอบการทุกแห่ง มีนโยบายในการด้านการพัฒนาและมี
นโยบายสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา โดยสนับสนุนการเพิ่มทักษะด้านการ
บริการควบคู่กับการพัฒนาทักษะด้านภาษา มีทั้งการจัดอบรมภายในสถานประกอบการ และการส่ง
บุคลากรเข้าร่วมอบรมจากองค์กรภายนอก สถานประกอบการบางแห่งที่มีหลายสาขา มีการจัด
บุคลากรให้หมุนเวียนไปเรียนรู้ทักษะด้านการบริการเพิ่มเติมยังสาขาอื่นอีกด้วย โดยผู้ประกอบการ
ให้ข้อมูล ดังนี้

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

พบว่าผู้ประกอบการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ว่าจะได้รับการบริการที่ได้
มาตรฐานและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน โดย

วิธีที่ทุกสถานประกอบการเลือกใช้ คือการให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือน จะได้รับค่าบริการ ค่าทำงานล่วงเวลา ประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โบนัส ค่าอาหาร เครื่องแบบ เป็นต้น มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเสมือนคนในครอบครัว และสร้างความภาคภูมิใจให้กับพนักงานว่าได้ทำงานในองค์กรที่ดีและมีความมั่นคง สิ่งเหล่านี้สร้างแรงจูงใจให้พนักงานพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและให้บริการอย่างเต็มที่ด้วยใจบริการ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข ของผู้ประกอบการ ปัญหาและอุปสรรค

พบว่าผู้ประกอบการประสบกับปัญหาด้านการดำเนินงานและมีอุปสรรคในแผนการดำเนินการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยผู้ประกอบการมองว่า ปัจจุบันมีสเปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เกิดภาวะการแข่งขันสูง บางแห่งลดราคาเพื่อตัดราคาคู่แข่ง ส่งผลกระทบกับผู้ประกอบการรายอื่น ในขณะที่บางแห่งไม่มีคุณสมบัติของสเปาตามเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดและมีบริการแอบแฝง ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งมองว่า ปัญหาทางการเมืองส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและแรงงานไทยมีแนวโน้มอาจไปทำงานยังต่างประเทศอาจก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานตามมา ส่วนหนึ่งมองว่าปัญหาการขาดแคลนแรงงานเป็นปัญหาหลักโดยนอกเหนือจากการไหลออกของแรงงานแล้ว คนไทยยังขาดความเข้าใจในสาขาวิชาชีพนี้

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ผู้ประกอบการให้ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข โดยผู้ประกอบการเสนอแนะให้บุคคลหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เข้ามามีส่วนจัดระเบียบและควบคุมมาตรฐานการบริการอย่างจริงจังเพื่อลดปัญหาด้านการบริการแอบแฝงและการตั้งราคาค่าบริการที่ไม่เหมาะสม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการอื่น ในส่วนนี้จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจสเปาในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ช่วยประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิชาชีพสเปา เช่น การเข้าไปประสานงานกับสถาบันการศึกษา เพื่อแนะแนวนักศึกษาเกี่ยวกับวิชาชีพนี้เพื่อให้สเปาที่รู้จักและถือเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับนักเรียน นักศึกษา เข้ามาประกอบวิชาชีพนี้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีมาตรการด้านการจัดการค่าแรงให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ สิ่งนี้น่าจะช่วยลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานได้ อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจสเปา ยังเสนอแนะให้สมาชิกในชมรมมีการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือกัน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกันและสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการได้รับทราบข้อมูล มีความรู้ ความเข้าใจ และมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ จึงมีการเตรียมความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ โดยในเชิงรุก ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการบริการ โดยให้ความสำคัญกับการตกแต่งด้านสถานที่ที่สื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ท้องถิ่นควบคู่กับการให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะการมุ่งความสำคัญไปที่การพัฒนาบุคลากรเป็นหลัก โดยผู้ประกอบการทุกแห่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านความรู้และความชำนาญในวิชาชีพ และทักษะด้านภาษาให้กับบุคลากร เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า มีการหาช่องทางในการประชาสัมพันธ์สปีของ ตนให้เป็นที่รู้จัก และเข้าถึงลูกค้าในทุกช่องทาง รวมถึงบางแห่งมีการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในงานธุรกิจบริการต่างๆ ที่ลูกค้าจะให้ความสำคัญ ทั้งปัจจัยด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านคุณภาพการบริการเป็นหลัก เช่น การศึกษาของอัญชลี ภูอิทธิวงศ์ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านค่าบริการ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการบริการ และเป็นไปตามการศึกษาของฉันทวัฒน์ วันดี (2551) ที่ได้ศึกษา การวิเคราะห์กลยุทธ์ การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลยุทธ์ที่คู่แข่งขึ้นแต่ ละรายใช้เป็นกลยุทธ์หลักได้แก่คุณภาพของการบริการและราคา

ส่วนในเชิงรับ พบว่า สถานประกอบการทุกแห่ง มีการรักษามาตรฐานการบริการ โดยการตรวจเช็คคุณภาพการบริการอยู่เป็นประจำ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สถานประกอบการแต่ละแห่งกำหนด นอกจากนี้ผู้ประกอบการแต่ละแห่ง ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความชำนาญในวิชาชีพ และการพัฒนาความรู้และความสามารถด้านอื่นๆ ให้กับบุคลากร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน โดยการให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่า จะได้รับการบริการที่ได้มาตรฐานและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้ ถือเป็นนโยบายที่ทำควบคู่กันไป สอดคล้องกับการศึกษาของศศิประภา ชัยประสิทธิ์ (2554) ที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเพิ่มพูนทักษะแรงงานทางการท่องเที่ยว ด้วยการวิจัยและพัฒนากำลังคน โดยเฉพาะด้านภาษาและการปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานการทำงานที่เป็นสากล

ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้น ผู้ประกอบการมองว่ามีสปีเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นสถานประกอบการสปีจริงและสถานประกอบการที่อ้างชื่อว่าเป็นสปี ซึ่งสถานประกอบการเหล่านี้ บางแห่งยังไม่สามารถควบคุมมาตรฐานการบริการให้เป็นไปตามที่

กฎหมายกำหนด และบางแห่งยังคงมีการบริการแอบแฝง จึงก่อให้เกิดปัญหาอื่นตามมา นอกจากนี้ ยังมีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยแรงงานที่มีอยู่ไม่เพียงพอและยังขาดทักษะความชำนาญในวิชาชีพ ซึ่งสิ่งนี้ถือเป็นอุปสรรคของไทยหากต้องแข่งขันกับประเทศในเขตอาเซียน สอดคล้องกับการศึกษาของพาสกล ชัยวิศิษฐ์ (2549) ที่พบว่า อุปสรรคของการดำเนินงานธุรกิจสปาและบริการสุขภาพ คือ พนักงานขาดความรู้ และปัญหาสปาเถื่อนหรือสปาแอบแฝง

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข โดยส่วนใหญ่เห็นว่าสปาควรจะต้องมีการจัดระเบียบให้เหมาะสม ให้เป็นไปตามมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยมองว่าองค์กรหรือผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบควรจะเข้ามาดูแลควบคุม อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่ผู้ประกอบการมีความกังวลส่วนหนึ่ง คือ ปัญหาบริการแอบแฝง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจบริการ และอาจส่งผลในด้านลบต่อสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงเสนอแนะให้มีการควบคุมดูแลอย่างเร่งด่วน ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิชาชีพสปา เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่สนใจในแต่ยังไม่มีความรู้ หรืออาจมีความเข้าใจที่ผิดเกี่ยวกับวิชาชีพนี้ ให้เข้าใจมากขึ้น เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางแห่งยังมีข้อเสียเปรียบเนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ หรือ อาจยังไม่มีชื่อเสียงขจรไกล จึงเสนอแนะให้มีการช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มเติม สอดคล้องกับการศึกษาของรามาริน บุญสม (2550) ที่ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ และพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นเนื่องจากบุคลากรและการตลาด อีกทั้งผู้ประกอบการยังเสนอให้มีการรวมกลุ่มในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน เช่น สมาชิกรวมในชมรมไทยสปาล้านนา เป็นต้น เพื่อช่วยเหลือกัน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกัน และสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ดำเนินงานตลอดจนบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนใจ ดังนี้

1. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดยพัฒนาทักษะด้านความรู้และทักษะด้านความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ ตลอดจนการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ให้มีความเชี่ยวชาญยิ่งขึ้น แม้ว่าไทยจะมีข้อได้เปรียบเรื่องคุณภาพการบริการที่มีชื่อเสียงในระดับสากล แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ควรส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ในศาสตร์ใหม่ๆ เป็นการพัฒนาจุดแข็งที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้นไป ใน

ขณะเดียวกันทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ถือว่าเป็นข้อเสียเปรียบเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน ฉะนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและกระตุ้นให้บุคลากรได้พัฒนาทักษะด้านนี้อย่างต่อเนื่อง โดยอาจเริ่มที่ภาษาอังกฤษ และพัฒนาเป็นภาษาอื่นต่อไป

2. ควรพิจารณาด้านค่าตอบแทน ตลอดจนสวัสดิการให้กับพนักงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงานและลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยจะสังเกตได้ว่า พนักงานนวดชาวไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และแรงงานไทยยังเป็นที่ต้องการในต่างประเทศ ฉะนั้น พนักงานนวดมักนิยมเดินทางไปทำงานยังต่างประเทศหากมีความชำนาญในระดับหนึ่งแล้ว สร้างปัญหาขาดแคลนแรงงานในประเทศไทย ด้วยค่าตอบแทนที่ได้รับสูงกว่า ฉะนั้นจึงเสนอแนะให้หน่วยงานที่มีอำนาจพิจารณาถึงค่าแรงและผลตอบแทนให้มีมาตรฐาน เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

3. ควรมีการควบคุมมาตรฐานการบริการให้สถานประกอบการสปา โดยปัจจุบันมีสถานประกอบการสปาและสถานประกอบการที่อ้างชื่อว่าเป็นสปา เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และสถานประกอบการเหล่านี้ยังไม่สามารถควบคุมมาตรฐานการบริการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และมีธุรกิจแอบแฝง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศโดยรวม ฉะนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาจัดระเบียบและควบคุมให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดอย่างจริงจัง ควรมีบทลงโทษที่ชัดเจนหากฝ่าฝืน

4. ผู้ประกอบการเองก็ควรจะมีการตรวจเช็คมาตรฐานการบริการให้เป็นไปตามที่แต่ละแห่งตั้งไว้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เนื่องจากบางแห่งใช้พนักงานอิสระ และนักเรียนที่กำลังเรียนหลักสูตรสปาสามารถรับลูกค้า ดังนั้น ควรมีการควบคุมมาตรฐานการบริการให้เป็นไปตามที่สถานประกอบการกำหนด และลดปัญหาบริการแอบแฝง

5. สถานประกอบการบางแห่งยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม เนื่องจากขาดความเชี่ยวชาญ จึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ช่วยประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและสร้างอำนาจในการต่อรองกับกลุ่มธุรกิจบริการอื่น เช่น บริษัทนำเที่ยว กลุ่มธุรกิจโรงแรม เป็นต้น

6. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาในเขตพื้นที่อื่น เช่น กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆ เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลงานการศึกษานี้ หรือศึกษาในมุมมองของผู้รับบริการถึงความคาดหวังในการบริการ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการพัฒนากลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

บรรณานุกรม

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ. 2554. “ประเทศไทยกับอาเซียน”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/asean/files/Thai_ASEAN.pdf (18 สิงหาคม 2555).

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554. “ธุรกิจบริการ: สปาและนวดไทย BUSINESS

SERVICES : SPA & THAI MASSAGE”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/images/spa29-05-55.pdf>. (19 สิงหาคม 2555).

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ. 2554. “ธุรกิจบริการ สปาและนวดไทย”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/images/spa29-05-55.pdf> (19 สิงหาคม 2555).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. 2556. “สรุปสถิติการเดินทางท่องเที่ยวระหว่าง

ประเทศ พฤษภาคม 2556”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://tourism.go.th/kb3/uploads/Stat/2144.pdf> (4 มกราคม 2557).

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2554. “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) : โอกาสและผลกระทบต่อ

ภาคอุตสาหกรรมไทย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.med.cmu.ac.th/library/asean-web/asean-pillars/Thai_Industry_and_AEC.pdf (1 กรกฎาคม 2556).

กฤตภาส แสงเดือน. 2552. การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตจังหวัดปทุมธานี. ปทุมธานี:

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

กองสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม. 2554. “คู่มือการสุขาภิบาลสถานประกอบการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://203.155.220.217/phpd/Media/HandBook/ESD/55/Spa.pdf> (21 สิงหาคม 2555).

ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. 2551. การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพ

การบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จันทวัฒน์ วันดี. 2551. การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศรีเพ็ชร อำเมือง. ม.ป.ป. คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ. กรุงเทพฯ: งานเลขานุการกิจ

และสภาคณาจารย์ กองบริหารงานทั่วไป สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. 2553. “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย Asian Economic Community : Importance and Thai Preparations”.
มฉก.วิชาการ 14, 27 (กรกฎาคม–ธันวาคม): 99-112.
- พახกล ชัยวิศิษฐ์. 2549. **บทบาทของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในการส่งเสริมเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ**. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มดิชน. 2556. “ตลาดสปาเพื่อ “สมาคมสปาไทย” เผยรับอานิสงส์จากกระแสท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1373973171&grpId=03&catid=&subcatid (4 มกราคม 2557).
- มัทมาพ สุวรรณเรือง. 2536. **ประสิทธิภาพของการนำนโยบายป้องกันปราชญ์คัดเลือกตั้ง ของโครงการท.ม.ก. ไปปฏิบัติ : กรณีวิจัยปฏิบัติการเขตเลือกตั้ง ค. จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รามาริน บุญสม. 2550. **การดำเนินงานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. 2554. **การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยต่ออนาคตแห่งการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน Readiness of Thai's Tourism Entrepreneurs toward AEC (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY)**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรีสุตา ชัยชนะ. 2546. **กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2555. “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาเซียนปี 55 : สร้างรายได้สะพัดในไทยกว่า 2,500 ล้านบาท”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thai-aec.com>. (8 มิถุนายน 2556).
- สมาคมไทยลำนนาสปา. 2556. “สมาชิกรไทยลำนนาสปา”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thailannaspaassociation.com>. (25 ตุลาคม 2556).
- สยามรัฐ. 2555. “ธุรกิจสปาไทยเตรียมรับ AEC เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thai-aec.com>. (4 มกราคม 2557).

อัญชลี ภูอิทธิวงศ์. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระระดับปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Butter, Francis. 1995. "SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda". **European Journal of Marketing** 30, 1: 8-32.

De Aze, E. E. 1995. **Marketing Concepts for Libraries and Information Services**. London: Library Association.

Dhiman, A. K. and H. Sharma. 2009. "Services Marketing Mix in Library and Information Centres". pp. 456-460. In **International Conference on Academic Libraries (ICAL-2009)**. 5-8 October 2009. New Delhi, India: Delhi University Library System, University of Delhi (North Campus).

Luther, H. G. and U. Lyndall. 1937. **Papers on the Science of Administration**. New York: Institute of Public Administration, Columbia University.

Parasuraman, A, Zeithaml, V. A. and L. L. Berry. 1985. "A Conceptual Model of 21 Service Quality and Its Implications for Future Research". **The Journal of Marketing** 49, 4(Autumn): 41-50.

_____. 1991. "Refinement and Reassessment of the SURVQUAL Scale". **Journal of Retailing** 67 (Winter): 420-450.





แบบสัมภาษณ์

เรื่อง

การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

คำชี้แจง

1. แบบบันทึกการสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.1 ศึกษาการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่สำหรับเตรียมความพร้อมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.2 ทราบการเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับเตรียมความพร้อมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการสปา ผู้ดำเนินการสปา รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อเตรียมความพร้อมในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะ และแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะถูกนำไปใช้ในการค้นคว้าแบบอิสระเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์และนำเสนอในลักษณะภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงถึงสถานประกอบการใด ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับและไม่ส่งผลกระทบหรือเกิดความเสียหายต่อสถานประกอบการ

ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ โปรดให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์นี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

1. ชื่อ.....
2. ตำแหน่ง.....
3. เพศ
☐ ชาย ☐ หญิง
4. อายุ
☐ น้อยกว่า 35 ปี ☐ 35 – 40 ปี ☐ มากกว่า 40 ปี
5. สถานภาพสมรส
☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย
☐ หย่า ☐ แยกกันอยู่
6. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ อนุปริญญา/ปวส. ☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี โปรดระบุ.....
7. ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1 – 3 ปี ☐ 3 – 5 ปี
☐ มากกว่า 5 ปี โปรดระบุ.....

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

1. ชื่อสถานประกอบการ
2. ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ
☐ เจ้าของคนเดียว ☐ หุ้นส่วน ☐ บริษัท
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ประเภทของธุรกิจ
☐ Day/City Spa ☐ Hotel & Resort ☐ Medical Spa
☐ Destination Spa ☐ Mineral Spring Spa ☐ Club Spa
4. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ
☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1 – 3 ปี ☐ 3 – 5 ปี
☐ มากกว่า 5 ปี โปรดระบุ.....

6. จำนวนพนักงาน

☐ น้อยกว่า 5 คน☐ 5 – 10 คน☐ 10– 15 คน☐ มากกว่า 15 คน โปรดระบุ.....

7. ต้นทุนในการดำเนินกิจการ..... บาท

8. รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจสปี..... บาทต่อเดือน

9. จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย คนต่อเดือน

10. ประเภทของกลุ่มลูกค้า ชาวไทย ร้อยละ

ชาวต่างชาติ ร้อยละ.....

11. ช่วงเวลาในการให้บริการ

ระยะเวลา เปิด..... น. ถึง น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปีต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

1. ท่านมีการรับรู้และมีความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างไร

.....
.....

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)

.....
.....

3. ท่านคาดว่าธุรกิจสปีจะได้รับประโยชน์อย่างไรจากการที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)

.....
.....4. ท่านมีการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) อย่างไร
การเตรียมความพร้อมในเชิงรุก

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

(1) ท่านมีรูปแบบหรือวิธีการนำเสนอสปีของท่านอย่างไรเพื่อให้เข้าถึงกลุ่ม

ลูกค้า

.....
.....

(2) ท่านมีวิธีการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากร ทั้งจำนวนและทักษะความชำนาญอย่างไร

.....

.....

(3) สาขาของท่านได้นำอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการหรือไม่ ท่านมองเห็นถึงความจำเป็นของอุปกรณ์เหล่านี้หรือไม่ และท่านมีรูปแบบการจัดการกับอุปกรณ์หรือวิธีการใช้อย่างไร

.....

.....

(4) สาขาของท่านมีการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าหรือไม่ ถ้ามีท่านมีรูปแบบการจัดการอย่างไร

.....

.....

การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

(1) สาขาของท่านมีระบบสาธิตอุปโภค (เช่น จำนวนห้องสำหรับบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพียงพอหรือไม่ และท่านมีแผนงานในการดำเนินการอย่างไรเพื่อให้สาขาของท่านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

.....

.....

(2) ท่านมีวิธีการจัดสรรบุคลากรอย่างไรให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เช่น ในช่วงเทศกาลหรือในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมากและยังคงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

.....

.....

(3) สภาของท่านใช้ระบบการสื่อสาร/ช่องทางใดติดต่อกับลูกค้าบ้าง และวิธีนั้นสามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างเพียงพอหรือไม่ และท่านมีแผนการดำเนินงานอย่างไรเพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเต็มที่

.....

.....

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

สภาของท่านมีนโยบายในการให้บริการอย่างไรเพื่อให้เกิดความประทับใจ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ภายใต้วิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกันของลูกค้า

.....

.....

การเตรียมความพร้อมในเชิงรับ

การเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

(1) ท่านมีนโยบายในการควบคุมคุณภาพการบริการหรือไม่ และท่านมีขั้นตอนการดำเนินการอย่างไรเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการที่ทางสภาได้ตั้งไว้

.....

.....

(2) ท่านมีการลงทุนด้านการพัฒนาหรือสนับสนุนให้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา (R&D) หรือไม่ และมีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างไร

.....

.....

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

ท่านมีวิธีสร้างแรงจูงใจกับพนักงานอย่างไร เพื่อให้พนักงานบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าด้วยใจบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการอย่างดีที่สุด

.....

.....

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

1. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานในปัจจุบัน

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

.....

.....





ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล



หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

11 กันยายน 2556

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
เก็บข้อมูลเพื่อการจัดทำงานวิจัย

เรียน ผู้บริหาร/ผู้ดำเนินการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย

แบบสัมภาษณ์โครงการคั่นคว่ำอิสระ เรื่อง การเตรียมความพร้อม

ของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางพิมพ์ใจ ศิริไพบุลย์ รหัสประจำตัว 5406401020 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กำลังจัดทำโครงการคั่นคว่ำอิสระ เรื่อง “การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสปาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยมี อาจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งในการศึกษาเรื่องดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในธุรกิจสปา ซึ่งเป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา ที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการนี้ทางหลักสูตรฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นางพิมพ์ใจ ศิริไพบุลย์ เป็นผู้เข้าไปเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ ทั้งนี้นักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่านโดยตรง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ จะขอบพระคุณยิ่ง

อาจารย์ ดร. ชัยยศ สัมฤทธิ์สกุล
ประธานกรรมการที่ปรึกษา



ภาคผนวก ก

ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ดำเนินการสปา

กรณีศึกษาที่ 1

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล ผู้ช่วยผู้ดำเนินการสปา

เพศ หญิง

อายุ ระหว่าง 35 – 40 ปี

สถานภาพสมรส โสด

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี

ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 8 ปี

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ บริษัท

ประเภทของธุรกิจ Hotel & Resort

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 7 ปี

จำนวนพนักงาน ระหว่าง 5-10 คน

ต้นทุนในการดำเนินกิจการ ไม่สามารถระบุได้

รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ 150,000 บาทต่อเดือน

จำนวนลูกค้าที่มารับบริการโดยเฉลี่ย 100 คนต่อเดือน

ประเภทของกลุ่มลูกค้า ชาวไทย ร้อยละ 50 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 50

ช่วงเวลาในการให้บริการ 10.00 – 20.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปาต่อประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดเสรีทางการค้า มีแนวโน้มการไหลเข้าของแรงงาน สร้างความตื่นตัวให้กับสถานประกอบการ โดยมีการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านการบริการ ด้านการสื่อสารโดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านภาษา ทั้งทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาที่สาม

ความคิดเห็น

มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือ สร้างความหลากหลายทางธุรกิจจากการที่มีแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญที่หลากหลาย ก่อให้เกิดธุรกิจที่แปลกใหม่ แต่ข้อเสียที่ตามมา คือ จุดด้อยของคนไทยที่มีความเสียเปรียบด้านภาษา อาจทำให้คนไทยมีความเสียเปรียบกับคนต่างชาติ จนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาขึ้นเป็นระดับผู้นำ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะธุรกิจสปาจะได้รับ

ความสะดวกในการเดินทางจะช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรสนใจและมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาทักษะในด้านภาษาควบคู่กับการพัฒนาด้านความรู้และความชำนาญในอาชีพ ในส่วนของผู้บริหารจะเป็นการเตรียมการด้านการจัดการ เพื่อเพิ่มพูนทักษะของบุคลากรและลดปัญหาการไหลออกของแรงงานไทย นอกจากนี้การพัฒนาทักษะของผู้บริหารยังป้องกันผู้บริหารจากต่างชาติเข้ามาเป็นผู้บริหารของคนไทย หากผู้บริหารมีทักษะความสามารถที่ใกล้เคียงกัน

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

มีสำนักงานใหญ่ดูแลด้านรูปแบบของการตกแต่ง การจัดโปรโมชันให้เป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรม แต่รูปแบบอาจมีการเปลี่ยนแปลง โดยสอดคล้องวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น โดยรูปแบบของการตกแต่งจะเน้นเอกลักษณ์ของความเป็นแบบไทยร่วมสมัยผสมกับวัฒนธรรมของล้านนา ในขณะที่รูปแบบของการบริการก็จะเน้นธรรมชาติผสมกับเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

2. บุคลากร

บุคลากรได้รับการอบรมทั้งหลักสูตรของทางโรงแรมและหลักสูตรของสปา โดยหลักสูตรของโรงแรมจะเน้นเสริมสร้างความรู้และทักษะการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ส่วนหลักสูตรของสปาจะเพิ่มทักษะความชำนาญเฉพาะด้านสปาเพิ่มเติม

3. ลักษณะและชนิดของทริทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยมือและวิธีทางธรรมชาติ ตลอดจนให้ผลิตภัณฑ์สปาที่ผลิตจากวัตถุดิบทางธรรมชาติเท่านั้น ในขณะเดียวกันได้ใช้อุปกรณ์เพิ่มเติม เช่น ผ้าห่มไฟฟ้า เพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์จากการบริการสูงสุด

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของโรงแรมถึง 90 เปอร์เซ็นต์ โดยอีก 10 เปอร์เซ็นต์เป็นลูกค้าจากภายนอก โดยลูกค้าเดินทางมาด้วยตนเอง

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทรีทเมนต์ 4 ห้อง และพนักงานนวดบำบัด 4 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในเวลาปกติ

2. จำนวนบุคลากร

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้มีความยืดหยุ่น โดยยกเลิกวันหยุด หรือให้พนักงานทำงานล่วงเวลา ในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมากและในช่วงเทศกาลเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทรีทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารหลายช่องทาง โดยถ้าเป็นลูกค้าจากทางโรงแรมจะได้รับข้อมูลเมื่อเช็กเช็คอิน หรือเอกสารแจ้งในแต่ละห้อง นอกจากนี้ลูกค้าจะสามารถทราบข้อมูลทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และจากสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น โดยทางสปาจะแนะนำให้ลูกค้าสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าเพื่อป้องกันปัญหาในช่วงเวลาที่มีความต้องการใช้บริการสูง

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ผู้ดำเนินการสปาแจ้งข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าให้กับพนักงานนวดบำบัด มีการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละเชื้อชาติร่วมกัน และวางแผนการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ขอให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังพนักงานนวดบำบัดผู้ให้บริการ เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและปรับปรุงในส่วนที่ลูกค้ายังไม่พอใจ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการวัดมาตรฐานการบริการภายใน โดยผู้ดำเนินการสปาและผู้ฝึกสอนสปาจะทำการสุ่มตรวจเป็นประจำ

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

มีการตรวจวัดมาตรฐานการบริการจากส่วนกลาง โดยผู้ควบคุมมาตรฐานสปาจากส่วนกลางจะเข้ามาตรวจเช็คมาตรฐานการบริการทั้งในส่วนของผู้ดำเนินการสปา พนักงานต้อนรับสปาและพนักงานนวดบำบัด ปีละ 1 ครั้ง

มีผู้ฝึกสอนสปาจากส่วนกลาง เข้ามาช่วยสอนพนักงานหากมีทริทเมนต์รูปแบบใหม่

ส่งผู้ฝึกสอนสปาไปเรียนรู้ทริทเมนต์ใหม่ที่ส่วนกลางและกลับมาเผยแพร่ให้กับพนักงาน

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

สร้างแรงจูงใจในการทำงานโดยให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ค่าบริการ ประกันสังคม โบนัส ซึ่งความพึงพอใจจะส่งผลถึงประสิทธิภาพของการบริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการนิเทศงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

พนักงานลาออก หลังจากหมดสัญญา 2 ปี โดยวางแผนไปทำงานยังต่างประเทศ ซึ่งพนักงานมองผลประโยชน์ด้านผลตอบแทนเป็นหลัก ส่งผลให้พนักงานไม่เพียงพอต่อการบริการรวมถึงกระทบต่อคุณภาพและมาตรฐานของการบริการทางสปาเสียค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการฝึกสอนพนักงานใหม่

นโยบายการบริหารของสมาคมไทยด้านนาสปาบางอย่างไม่เอื้อต่อสปาที่อยู่ภายใต้การบริหารของโรงแรม โดยนโยบายที่ทางสมาคมตั้งไว้ อาจไม่สอดคล้องกับสปาที่ต้องรับนโยบายและมาตรฐานตามการบริหารของโรงแรม ทำให้ทางสปาไม่สามารถดำเนินตามนโยบายบางอย่างของทางสมาคมได้เนื่องจากมีความจำกัด

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ขอให้ทางสมาคมไทยลำนานาสปาปรับนโยบายของการบริหาร โดยออกนโยบายที่ทุกฝ่ายได้ผลประโยชน์ร่วมกัน นโยบายที่ออกมาควรเหมาะสมกับสมาชิกทุกรายหรือปรับรูปแบบให้เหมาะสมตามชนิดของสปา อย่างไรก็ตามส่วนหนึ่งขอให้เอื้อประโยชน์ต่อสปาที่อยู่ภายใต้การบริหารของโรงแรม เพื่อให้สมาชิกได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

กรณีศึกษาที่ 2

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ดำเนินการสปา
เพศ	ชาย
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี
สถานภาพสมรส	โสด
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 8 ปี	

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Day Spa
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ระหว่าง 1- 3 ปี
จำนวนพนักงาน	30 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	ไม่สามารถระบุได้
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	3,000,000 บาทต่อเดือน
จำนวนลูกค้าที่มารับบริการโดยเฉลี่ย	2,000 คนต่อเดือน
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 5 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 95
ช่วงเวลาในการให้บริการ	10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสแปต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดเสรีทางการค้า ก่อให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ มีการแลกเปลี่ยนแรงงาน

ความคิดเห็น

มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือการเปิดเสรีทางการค้าสร้างโอกาสในการลงทุน เปิดโอกาสให้นักธุรกิจชาวไทยไปลงทุนยังต่างประเทศได้สะดวกขึ้น ธุรกิจเกิดการขยายตัว ในส่วนของแรงงานเกิดการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยนกัน ทำให้แรงงานจากต่างประเทศเข้ามาในไทยมากขึ้น จึงอาจก่อให้เกิดข้อเสียตามมาคือ เกิดการแข่งขันกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสแปจะได้รับ

สร้างการเติบโตทางธุรกิจ ผู้ประกอบการได้แรงงานที่มีทักษะและมีความหลากหลาย

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการตกแต่งสแป โดยเน้นสื่อสารด้านวัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์ของล้านนาผ่านวิถีการบำบัดแบบธรรมชาติ โดยในแต่ละห้องทรีทเมนต์จะให้การตกแต่งโดยดึงเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัดที่อยู่ในเขตภาคเหนือ เล่าเรื่องผ่านรูปภาพและการตกแต่ง

2. บุคลากร

พนักงานได้รับการอบรมและฝึกฝนทักษะ โดยกำหนดให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการที่ทางสแปตั้งไว้ โดยส่วนหนึ่งรับพนักงานนวดบำบัดที่มีประสบการณ์และผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

สนับสนุนและส่งเสริมทักษะและความชำนาญ โดยส่งพนักงานไปอบรมและเรียนรู้หลักสูตรทรีทเมนต์เพิ่มเติมตามสถาบันที่มีมาตรฐาน

ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน

3. ลักษณะและชนิดของทรีทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิธีทางธรรมชาติผลิตภัณฑ์สปาทำจากวัตถุดิบธรรมชาติ มีการใช้อุปกรณ์บางอย่างมาใช้ร่วมกับการทำทรีทเมนต์หน้าและ การทำเล็บ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของทรีทเมนต์

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองโดยไม่มีค่าใช้จ่าย หากลูกค้าอยู่นอกเขตอำเภอเมืองจะมีค่าบริการเพิ่มเติม

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทรีทเมนต์ 12 ห้อง มีห้องนวดไทยและห้องอบไอน้ำ ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาของลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก จะจัดพนักงานชั่วคราวซึ่งส่วนหนึ่งเคยเป็นพนักงานประจำโดยทุกคนจะต้องผ่านการทดสอบตามมาตรฐานที่สปากำหนด โดยทางสปาจะแนะนำให้ลูกค้าสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าจึงสามารถจัดพนักงานไว้รองรับได้

2. จำนวนบุคลากร

มีการจัดตารางการทำงานของพนักงานให้เหมาะสมกับจำนวนของลูกค้า โดยได้รับข้อมูลที่ลูกค้าสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าและข้อมูลจากฝ่ายการตลาด

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทรีทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก หรือเว็บไซต์ที่แนะนำเรื่องการท่องเที่ยว เช่น Tripadvisor การประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นและการเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

คัดเลือกพนักงานที่มีใจบริการ โดยพนักงานจะให้ความเอาใจใส่และทราบความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี

การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าหลังจากทำสปา โดยรับทั้งคำชมและคำแนะนำเพื่อนำไปปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการประเมินมาตรฐานการบริการ โดยผู้ดำเนินการสปาและผู้ฝึกสอนสปา ประเมินและตรวจเช็คตามมาตรฐานการบริการเป็นประจำและต่อเนื่อง

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาทักษะในการให้บริการ โดยจัดส่งพนักงานไปอบรมกับสถาบันที่มีมาตรฐานเมื่อมีหลักสูตรที่น่าสนใจ

จัดอบรมเพิ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

ให้การดูแลพนักงานเสมือนคนในครอบครัว ฉะนั้นพนักงานจึงให้บริการลูกค้าอย่างจริงใจและเต็มความสามารถ

สร้างแรงจูงใจในการทำงานโดยให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ประกันสังคม ค่าชั่วโมงทำงาน ค่าทำงานล่วงเวลา ค่าอาหารและโบนัสประจำปี

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

พนักงานที่มีประสบการณ์ จะมีความเชื่อมั่นในตนเองสูงและมักปฏิเสธการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ

ปัญหาจากการสื่อสารภายในองค์กรและการปฏิเสธที่จะปฏิบัติตาม ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติ ทำให้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ปรับรูปแบบการบริหารจัดการในองค์กร เพื่อลดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันและสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

กรณีศึกษาที่ 3

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล ผู้จัดการโรงเรียนสปา

เพศ หญิง

อายุ น้อยกว่า 35 ปี

สถานภาพสมรส โสด

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี

ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 9 ปี

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ บริษัท

ประเภทของธุรกิจ Day Spa

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปี

จำนวนพนักงาน 109 คน

ต้นทุนในการดำเนินกิจการ 3,000,000 บาท

รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ 4,500,000 บาทต่อเดือน

จำนวนลูกค้าที่มารับบริการโดยเฉลี่ย 5,000 คนต่อเดือน

ประเภทของกลุ่มลูกค้า ชาวไทย ร้อยละ 20 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 80

ช่วงเวลาในการให้บริการ 10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปาต่อประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดประเทศ เพื่อให้หลายๆประเทศสามารถดำเนินธุรกิจและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจร่วมกัน

ความคิดเห็น

ถือเป็นเรื่องที่ดี ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว สร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว โดยสภาถือว่าจะได้รับประโยชน์ในส่วนนี้เช่นกัน ในขณะที่เดียวกันคนไทยสามารถเดินทางออกประเทศได้ง่ายขึ้น สร้างโอกาสในการลงทุนทั้งนักธุรกิจต่างชาติที่สนใจมาลงทุนในไทย และนักธุรกิจชาวไทยที่สนใจไปลงทุนในเขตอาเซียน

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสภาจะได้รับ

เป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจะได้พัฒนาและเพิ่มพูนทักษะในการให้บริการ

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการตกแต่ง สภา โดยเน้นความเป็นล้านนาร่วมสมัย ผสมเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมร่วมกับ วัฒนธรรมแบบใหม่ๆ และรูปแบบของการบริการเน้นความเป็นธรรมชาติร่วมกับการดูแลทั้ง ร่างกายและจิตวิญญาณ

2. บุคลากร

พัฒนารูปแบบของการนวดทุกๆ 3 เดือน โดยพนักงานจะได้เข้ารับการอบรม และฝึกฝนทักษะการนวดใหม่ๆ

ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษา โดยร่วมมือกับศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งได้จัดเจ้าหน้าที่เข้ามาสอนทักษะด้านภาษาเพิ่มเติม โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษจีน และเกาหลี

3. ลักษณะและชนิดของทรีทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิธีทางธรรมชาติส่วนหนึ่งมีการ ประยุกต์เอาเทคนิคของชาติตะวันตกเข้ามาใช้ ไม่นเน้นการใช้วัสดุและอุปกรณ์อื่นร่วมกับการทำสปา

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองโดยไม่ มีค่าใช้จ่าย หากลูกค้าอยู่นอกเขตอำเภอเมืองจะขอให้ลูกค้าเดินทางมาด้วยตนเอง

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

เฉพาะที่เชียงใหม่มีสปี 3 สาขา และพนักงานนวดบำบัด 43 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในกรณีลูกค้ามาในช่วงเวลาเดียวกันและต้องรอ ทางสปี ได้จัดพื้นที่รับรอง เช่น ห้องพักผ่อน ห้องอบไอน้ำโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และมีบริการเครื่องดื่มและน้ำผลไม้เพื่อลดอัตราการสูญเสียลูกค้า

2. จำนวนบุคลากร

ผู้ประกอบการมีโรงเรียนสอนสปี และสามารถจัดนักเรียนที่อยู่ในระหว่างเรียนและผ่านการฝึกฝนแล้วไม่ต่ำกว่า 45 วัน มาช่วยรับรองลูกค้าในกรณีที่มียูกค้ามาเป็นจำนวนมาก สปีไม่มีนโยบายจ้างพนักงานชั่วคราวหรือพนักงานนวดอิสระจากภายนอก

3. ช่องทางในการสื่อสาร/ การสำรองทริทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปี และสามารถสำรองทริทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ จากศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call center) ซึ่งตั้งอยู่ที่สำนักงานใหญ่ จากสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น การเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว และการเข้าร่วมกับหน่วยงานราชการ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์เพื่อประชาสัมพันธ์สปีในต่างประเทศ

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ขอให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปี โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังผู้ให้บริการได้ทันที เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและเป็นแนวทางในการปรับปรุงในส่วนที่ลูกค้ายังไม่ประทับใจ

ในหลักสูตรการสอนของโรงเรียนระบุขั้นตอนและวิธีการดูแลลูกค้าในแต่ละเชื้อชาติ พนักงานใช้เวลาในการเรียนและฝึกอบรมอย่างต่ำ 45 วัน จึงมีความเข้าใจเป็นอย่างดี

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

วัดผลคุณภาพการบริการผ่านระบบตรวจเช็คของสปี หากสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าจะมีการให้รางวัล หากการบริการยังไม่เป็นที่ประทับใจ พนักงานจะได้รับการอบรมใหม่และประเมินผล โดยให้เป็นไปตามมาตรฐานของการบริการ

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

ร่วมมือกับศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจัดอบรมเพิ่มพัฒนาทักษะด้านภาษา โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษ จีนและเกาหลี

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

สร้างแรงจูงใจในการทำงานโดยให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ค่าบริการ ประกันสังคม ค่าชั่วโมงทำงาน ค่าทำงานล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยงและโบนัส โดยจะประเมินทุกครึ่งปีและหนึ่งปี

สร้างความสัมพันธ์อันดีในองค์กร อยู่ในลักษณะความเป็นครอบครัว พนักงานจึงมีความภักดีต่อองค์กรสูงและให้บริการอย่างเต็มที่ด้วยใจบริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

การขาดแคลนแรงงานเนื่องจากคนไทยส่วนหนึ่งยังขาดความรู้ ความเข้าใจในสาขาอาชีพนี้ ส่วนหนึ่งมองเป็นรูปแบบของการขายบริการมากกว่า จึงทำให้บางส่วนยังไม่กล้าเข้ามาประกอบอาชีพนี้และส่งผลให้องค์กรขาดแรงงาน ซึ่งขณะนี้ปัญหาลึก

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ร่วมกับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและกรมการจัดหางาน เพื่อประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง โดยโครงการที่กำลังดำเนินการอยู่ คือ การเข้าไปประสานงานกับสถาบันการศึกษา เพื่อแนะนำนักศึกษาเกี่ยวกับวิชาชีพนี้และสอนหลักสูตรสปาเบื้องต้นเพื่อสร้างแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ

กรณีศึกษาที่ 4

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล

หัวหน้าผู้ดูแลมาตรฐานในการบริการ

เพศ	หญิง
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี
สถานภาพสมรส	สมรส
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 12 ปี	

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Day Spa
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1-3 ปี
จำนวนพนักงาน	50 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	15,000,000 บาท
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	1,000,000 บาทต่อเดือน
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย	2,000 คนต่อเดือน
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 20 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 80
ช่วงเวลาในการให้บริการ	10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปาต่อประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นความร่วมมือกันของกลุ่มประเทศสมาชิก 10 ประเทศในอาเซียน เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน ทำให้แต่ละประเทศมีความเจริญก้าวหน้าขึ้น

ความคิดเห็น

เป็นเรื่องที่ดี คือ ช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยและดึงดูดลูกค้าจากประเทศในกลุ่มสมาชิกให้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสปาจะได้รับ

เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นก็ส่งผลให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการใช้จ่ายก็จะทำให้สปามีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการตกแต่งสถาปัตยกรรม โดยเน้นความเป็นล้านนา ร่วมสมัย ส่วนการบริการจะสื่อให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นล้านนา ผ่านการบริการและการแต่งกาย

2. บุคลากร

ให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านการบริการให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เช่น วัฒนธรรมด้านการต้อนรับ การทักทายโดยใช้ภาษาของแต่ละชาติ

ส่งเสริมการเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษา โดยเน้นทักษะภาษาจีน

3. ลักษณะและชนิดของทริทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิถีทางธรรมชาติ ใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติเท่านั้น

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทริทเมนต์ 10 ห้อง โดยมีห้องนวดเท้า และห้องนวดไทยแยกต่างหาก ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการ

2. จำนวนบุคลากร

ผู้ประกอบการเปิดโรงเรียนสอนด้านสปา และมีพนักงานนวดบำบัดที่ผ่านการฝึกฝน จึงสามารถจัดมาช่วยรับลูกค้าในกรณีที่ลูกค้ามาเป็นจำนวนมาก และส่วนหนึ่งได้ว่าจ้างพนักงานชั่วคราวซึ่งเคยทำงานกับสปาและสามารถให้บริการตามมาตรฐานที่สปากำหนดมาช่วยเพิ่มเติมอีกด้วย

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการและจำนวนของลูกค้า โดยไม่อนุญาตให้ลาหยุดเป็นเวลานานในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ยกเว้นกรณีมีธุระจำเป็น

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทรัพย์สิน

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทรัพย์สินที่ล่วงหน้า ผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม การส่งข้อความแจ้งลูกค้าที่เคยมีประวัติเข้ามาใช้บริการ การวางโบรชัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร การใช้รถโฆษณารอบเมือง และการเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

เน้นการบริการที่ได้มาตรฐานและสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาผ่านทางรูปแบบการต้อนรับ และกิริยามารยาท

ศึกษาวัฒนธรรมของแต่ละเชื้อชาติและสื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาของชาตินั้นๆ ให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังผู้ให้บริการ เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและปรับปรุงในส่วนที่ลูกค้ายังไม่ประทับใจ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการตรวจประเมินมาตรฐานการบริการทั้งในส่วนของการต้อนรับส่วนหน้า และพนักงานนวดบำบัดทุกๆ 3 เดือน

มีโรงเรียนฝึกสอนสปา พนักงานทุกคนจะต้องผ่านการฝึกฝนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สปากำหนดก่อนที่จะให้บริการลูกค้า

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

จัดอบรมเพิ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะภาษาจีน

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

พนักงานให้บริการอย่างเต็มความสามารถเนื่องจากได้รับแรงจูงใจในการทำงาน โดยมีการให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ นอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับประกันสังคม ค่าชั่วโมงทำงาน ค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส และได้รับรางวัลพิเศษและการประกาศชมเชยเมื่อผลการทำงานโดดเด่น

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

มีสถานประกอบการที่อ้างชื่อว่าเป็นสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่คุณภาพและมาตรฐานการบริการยังไม่อยู่ในเกณฑ์ โดยสถานประกอบการเหล่านี้ใช้นโยบายการตัดราคา ทำให้เกิดการเปรียบเทียบและสร้างความเข้าใจผิดให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสปาและมาตรฐานของการบริการ โดยลูกค้ามักแสดงความสงสัยเกี่ยวกับราคาที่การบริการที่แตกต่างแม้อ้างชื่อว่าเป็นสปาเหมือนกัน

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประเภทของสปาและรูปแบบของการบริการ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสปาไทย

กรณีศึกษาที่ 5

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	หัวหน้าผู้ดูแลมาตรฐานในการบริการ
เพศ	หญิง
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี
สถานภาพสมรส	สมรส
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 12 ปี	

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Hotel & Resort
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	12 ปี
จำนวนพนักงาน	ระหว่าง 5 - 10 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	1,000,000 บาท
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	300,000 บาทต่อเดือน

จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย 150 คนต่อเดือน

ประเภทของกลุ่มลูกค้า ชาวไทย ร้อยละ 20 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 80

ช่วงเวลาในการให้บริการ 10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปาต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นความร่วมมือกันของกลุ่มประเทศสมาชิก 10 ประเทศในอาเซียน เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน ทำให้แต่ละประเทศมีความเจริญก้าวหน้าขึ้น

ความคิดเห็น

เป็นเรื่องที่ดี คือ ช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยและดึงดูดลูกค้าจากประเทศในกลุ่มสมาชิกให้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสปาจะได้รับ

เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นก็ส่งผลให้ธุรกิจได้รับผลประโยชน์เพิ่มมากขึ้น เมื่อมีการใช้จ่ายก็จะทำให้สปามีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการตกแต่งสปา โดยเน้นความเป็นล้านนาโบราณส่วนการบริการจะสื่อให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นล้านนาผ่านกิจกรรมอาบและการแต่งกาย

2. บุคลากร

ให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านการบริการให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เช่น วัฒนธรรมด้านการต้อนรับ การทักทายโดยใช้ภาษาของแต่ละชาติ

ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษา โดยเน้นทักษะภาษาจีน

3. ลักษณะและชนิดของทรีทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิธีทางธรรมชาติใช้ผลิตภัณฑ์สปาที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติเท่านั้น

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

ให้บริการกับลูกค้าของโรงแรมเป็นหลักและมีลูกค้าจากภายนอกเป็นส่วนน้อย
ซึ่งเข้ามารับการบริการด้วยตนเอง

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทรีทเมนต์ 3 ห้อง ซึ่งเพียงพอกับขนาดของโรงแรมและจำนวนลูกค้าที่มาพัก โดยทางสปาจะแนะนำให้ลูกค้าสำรองทรีทเมนต์ก่อนล่วงหน้าและไม่ประสบปัญหาการสูญเสียลูกค้า

2. จำนวนบุคลากร

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้สอดคล้องกับความต้องการและจำนวนของลูกค้า แต่เนื่องจากความจำกัดด้านจำนวนของห้อง จึงสามารถรับลูกค้าได้ตามจำนวนห้องเท่านั้น

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทรีทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม การส่งข้อความแจ้งลูกค้าที่เคยมีประวัติเข้ามาใช้บริการ การวางโบรชัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหาร การใช้รถโฆษณารอบเมือง และการเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

เน้นการบริการที่ได้มาตรฐานและสื่อให้เห็นถึงเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาผ่านทางรูปแบบการต้อนรับ และกิจกรรมสปา

ศึกษาวัฒนธรรมของแต่ละเชื้อชาติและสื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาของชาตินั้นๆ

ให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังผู้ให้บริการ เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและปรับปรุงในส่วนที่ลูกค้ายังไม่ประทับใจ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการตรวจประเมินมาตรฐานการบริการทั้งในส่วนของการต้อนรับส่วนหน้าและพนักงานนวดบำบัดทุกๆ 3 เดือน

มีโรงเรียนฝึกสอนสปา พนักงานทุกคนจะต้องผ่านการฝึกฝนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สปากำหนดก่อนที่จะให้บริการลูกค้า

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

จัดอบรมเพิ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะภาษาจีน

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

พนักงานให้บริการอย่างเต็มความสามารถเนื่องจากได้รับแรงจูงใจในการทำงาน โดยมีการให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ นอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับประกันสังคม ค่าชั่วโมงทำงาน ค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส และได้รับรางวัลพิเศษและการประกาศชมเชยเมื่อผลการทำงานโดดเด่น

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

มีสถานประกอบการที่อ้างชื่อว่าเป็นสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่คุณภาพและมาตรฐานการบริการยังไม่อยู่ในเกณฑ์ โดยสถานประกอบการเหล่านี้ใช้นโยบายการตัดราคา ทำให้เกิดการเปรียบเทียบและสร้างความเข้าใจผิดให้กับลูกค้าเกี่ยวกับสปาและมาตรฐานของการบริการ โดยลูกค้ามักแสดงความสงสัยเกี่ยวกับราคาที่การบริการที่แตกต่างแม้อ้างชื่อว่าเป็นสปาเหมือนกัน

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทของสปาและรูปแบบของการบริการ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสปาไทย

กรณีศึกษาที่ 6

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ดำเนินการสปา
เพศ	หญิง
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี
สถานภาพสมรส	โสด

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี

ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 8 ปี

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Hotel & Resort
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	5 ปี
จำนวนพนักงาน	ระหว่าง 5-10 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	ไม่สามารถระบุได้
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย 200 คนต่อเดือน	
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 70 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 30
ช่วงเวลาในการให้บริการ	10.00 – 20.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปาต่อประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดเสรีทางการค้า เพิ่มความสะดวกในการทำธุรกิจ

ความคิดเห็น

มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือ ชาวต่างชาติให้ความสนใจที่จะเรียนรู้อาชีพพนักงาน นวดบำบัดเพิ่มมากขึ้น ส่วนข้อเสียคือ พนักงานนวดบำบัดมีจุดด้อยด้านภาษา แม้ว่าจะมีจุดเด่นด้านฝีมือ แต่จุดด้อยด้านภาษาถือเป็นข้อเสียเปรียบ และพนักงานนวดบำบัดที่ได้รับการฝึกฝนต่างมองโอกาสในการไปทำงานต่างประเทศมากขึ้น โดยมองถึงค่าตอบแทนที่สูงกว่า ก่อให้เกิดการไหลออกของแรงงาน ฝีมือ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะธุรกิจสปาจะได้รับ

หากได้รับการประชาสัมพันธ์ที่ดี จะทำให้สปาไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น และหากผู้ประกอบการดูแลสวัสดิการและผลตอบแทนให้กับพนักงานนวดบำบัดให้อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ ก็อาจช่วยให้สปาไทยก้าวสู่ความเป็นผู้นำในด้านการบริการ

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

มีสำนักงานใหญ่ดูแลด้านรูปแบบของการตกแต่ง การจัดโปรโมชันให้เป็นไปตามมาตรฐานของโรงแรม แต่รูปแบบการนำเสนอจะแตกต่างกันโดยให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยรูปแบบของสปาแห่งนี้จะเน้นความเป็นไทยผสมกับวัฒนธรรมล้านนา โดยสื่อออกมาทั้งในวัสดุอุปกรณ์ รูปแบบการตกแต่งและผลิตภัณฑ์สปา

2. บุคลากร

ส่วนหนึ่งรับพนักงานนวดบำบัดที่ผ่านการคัดเลือกจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้และมีประสบการณ์ส่วนที่ยังไม่มีประสบการณ์จะถูกส่งเข้ารับการอบรมจากสถาบันฝึกสอนสปาของโรงแรมจนกว่าจะผ่านการรับรอง

ด้านการสื่อสาร ทางสถานประกอบการจะรับบุคลากรที่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษและผ่านการทดสอบเบื้องต้นว่าสามารถสื่อสารได้จนเป็นที่เข้าใจ

3. ลักษณะและชนิดของทรีทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิธีทางธรรมชาติเท่านั้น และจะให้อุปกรณ์ที่จำเป็นด้านการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค เช่น หม้ออบไอน้ำ ตู้ฆ่าเชื้อเพื่อควบคุมด้านสุขอนามัยให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของโรงแรมเป็นส่วนใหญ่และส่วนน้อยเป็นลูกค้าจากภายนอก โดยลูกค้าเดินทางมาด้วยตนเอง

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทรีทเมนต์ 6 ห้อง และพนักงานนวดบำบัด 6 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในเวลาปกติ

โรงแรมมีพื้นที่ส่วนหนึ่งที่เปิดเป็นร้านนวดไทย โดยเป็นธุรกิจของเจ้าของโรงแรมซึ่งอยู่นอกเหนือจากการบริหารของโรงแรม จึงสามารถรับรองลูกค้าได้เพิ่มเติม

2. จำนวนบุคลากร

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้มีความเหมาะสมกับจำนวนของลูกค้า โดยจะทราบจากจำนวนแขกที่จองมาพักที่โรงแรมจากแผนการขาย แล้วจึงจัดตารางการทำงานเพื่อให้รองรับกับจำนวนลูกค้า

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทรีทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารหลายช่องทาง หากเป็นลูกค้าของโรงแรมจะมีฐานข้อมูลของลูกค้าไว้แล้ว และจะส่งข่าวสารแจ้งลูกค้าเมื่อมีโปรโมชั่นใหม่หรือสปาราคาพิเศษตามเทศกาลต่างๆ ใช้สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม จากสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น และการเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ขอให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปาและมีการประเมินความพึงพอใจย้อนหลังผ่านเว็บไซต์ โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังพนักงานวัดบำบัดผู้ให้บริการ เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและปรับปรุงในส่วนที่ยังไม่ประทับใจ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการตรวจวัดมาตรฐานการบริการจากส่วนกลาง โดยผู้ควบคุมมาตรฐานสปาจากส่วนกลางจะเข้ามาตรวจเช็คมาตรฐานการบริการปีละ 1 ครั้ง

มีการวัดมาตรฐานการบริการภายใน โดยผู้ดำเนินการสปาจะทำการสุ่มตรวจอย่างน้อย 3 ครั้งต่อปี

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

ส่งพนักงานวัดบำบัดไปอบรมเชิงปฏิบัติการที่สปาอื่นในเครือเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานและสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานกับหน่วยงานอื่นในเครือเดียวกัน

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

สร้างแรงจูงใจในการทำงานโดยให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ค่าบริการ ประกันสังคม โบนัส อาหาร ซึ่งความพึงพอใจจะส่งผลถึงประสิทธิภาพของการบริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

อัตราค่าตอบแทนในเมืองไทยต่ำกว่าเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ทำให้เกิดการไหลออกของแรงงานที่มีประสิทธิภาพสูงไปยังต่างประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า

มีสถานประกอบการที่อ้างชื่อว่าเป็นสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่คุณภาพและมาตรฐานการบริการยังไม่อยู่ในเกณฑ์ โดยสถานประกอบการเหล่านี้ใช้นโยบายการตัดราคา ทำให้สถานประกอบการที่เป็นสปาตามมาตรฐานต้องปรับกลยุทธ์ โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการ ลดลงแต่เน้นรองรับลูกค้าให้ได้จำนวนเพิ่มมากขึ้นในราคาค่าบริการที่ไม่สูงเกินไปเพื่อรักษาจำนวนลูกค้าไว้

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ขอให้หน่วยงานที่มีหน้าที่เข้ามาดูแล ควบคุม และจัดระเบียบด้านมาตรฐานการบริการ เพื่อลดปัญหาธุรกิจแอบแฝงและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีงามของสปาไทยในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ

กรณีศึกษาที่ 7

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ดำเนินการสปา
เพศ	หญิง
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี
สถานภาพสมรส	โสด
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 8 ปี	

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Day Spa
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	7 ปี

จำนวนพนักงาน	20 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	4,000,000 บาท
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	800,000 บาทต่อเดือน
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย	600 คนต่อเดือน
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 10 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 90
ช่วงเวลาในการให้บริการ	10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสแปดต่อประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดการค้าเสรี การแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมและภาษาในแถบอาเซียน

ความคิดเห็น

เป็นโอกาสที่ดี ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นและ

สะดวกขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะธุรกิจสแปดจะได้รับ

ความสะดวกในการเดินทางจะช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลให้สแปดมีลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นประมาณ 20 -30 เปอร์เซ็นต์ โดยเฉพาะลูกค้าจากประเทศจีน และมาเลเซีย เป็นต้น

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการตกแต่งรูปแบบเน้นแบบร่วมสมัยผสมวัฒนธรรมแบบล้านนา และรูปแบบของการบริการเน้นให้บริการแบบครบวงจร โดยมีบริการด้านเสริมความงามร่วมด้วย

2. บุคลากร

ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน และวางแผนรับพนักงานเพิ่ม

3. ลักษณะและชนิดของทริทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิธีทางธรรมชาติ โดยได้นำอุปกรณ์บางประเภท เช่น เครื่องอบไอน้ำ หม้อนึ่งสมุนไพร เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ โดยพนักงานได้รับการอบรมถึงวิธีการใช้และมีตารางการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์และความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองโดยไม่มีค่าใช้จ่าย หากลูกค้าอยู่นอกเขตอำเภอเมืองจะมีค่าบริการเพิ่มเติม

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทริทเมนต์ 7 ห้อง และพนักงานนวดบำบัด 10 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในเวลาปกติมีการขยายพื้นที่ให้บริการเพิ่มเติมและอยู่ในช่วงการดำเนินการ

2. จำนวนบุคลากร

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้มีความยืดหยุ่น โดยยกเลิกวันหยุดหรือให้พนักงานทำงานล่วงเวลา ในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมากและในช่วงเทศกาลเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า รับพนักงานชั่วคราวเพิ่ม 3 ตำแหน่ง ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ในเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ เพื่อเป็นกำลังเสริม และมีนโยบายรับพนักงานฝึกงานมาช่วยในการต้อนรับส่วนหน้า โดยทุกพนักงานทุกคนจะได้รับการฝึกฝนให้ปฏิบัติตามมาตรฐานที่ตั้งไว้

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทริทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทริทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก การวางโบรชัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวและโรงแรม และการเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

สื่อสาร สร้างความเข้าใจกับลูกค้าและให้บริการที่ตรงกับความต้องการ โดยเน้นรูปแบบการบริการที่เป็นวัฒนธรรมล้านนา กิริยามารยาทที่อ่อนน้อม

ขอให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังพนักงานนวดบำบัดผู้ให้บริการ เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและปรับปรุงในส่วนที่ลูกค้ายังไม่พอใจ

ผลจากจำนวนลูกค้าที่กลับมาใช้บริการเป็นผลสะท้อนว่าลูกค้าได้รับการบริการอย่างประทับใจ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

ผู้ดำเนินการสปรอตตรวจเช็คแบบประเมินการบริการทุกวันและแจ้งข้อมูลนี้กลับไปยังพนักงานวัดบ้ำบักผู้ให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพของการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

หากการบริการไม่เป็นที่พอใจ ผู้ดำเนินการสปรอตจะเข้ามาสอบถามลูกค้าเพื่อรับทราบจุดที่บกพร่อง หากเกิดจากความเข้าใจผิด ผู้ดำเนินการสปรอตจะอธิบายให้ลูกค้าทราบและสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน

ได้รับการตรวจเช็คและผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการจากกระทรวงสาธารณสุข

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

พนักงานเข้าร่วมอบรมและพัฒนาทักษะการบริการตามหลักสูตรของกระทรวงสาธารณสุขและส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ทักษะด้านภาษาเพิ่มเติม

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

สร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ประกันสังคม ค่าชั่วโมงทำงาน ค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส ค่าอาหาร และค่าตอบแทนหากขายบัตรสมาชิกได้

สร้างความสัมพันธ์อันดีในองค์กร อยู่ในลักษณะความเป็นครอบครัว เพราะความพึงพอใจและความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานจะส่งผลถึงประสิทธิภาพที่ดีของการบริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการนิมงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

ลูกค้ามีจำนวนมากจนส่งผลกระทบต่อมาตรฐานของการบริการ โดยความเร่งรีบเพื่อต้องการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าทุกคนอย่างทันทั่วถึง ส่งผลให้ในบางช่วงของการบริการไม่สามารถดำเนินการตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ และลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจอย่างที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ขยายสถานที่และเพิ่มจำนวนพนักงาน เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น

ขอให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาดูแลและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้สปาไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ และในส่วนของสมาคมไทยลำนานาสปา สนับสนุนให้สมาชิกสร้างเครือข่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกัน ให้ความช่วยเหลือและเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันน่าจะช่วยให้ธุรกิจสปาไทยเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

กรณีศึกษาที่ 8

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ช่วยผู้ดำเนินการสปา
เพศ	หญิง
อายุ	ระหว่าง 35 – 40 ปี
สถานภาพสมรส	โสด
ระดับการศึกษา	ปริญญาโท

ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 10 ปี

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Hotel & Resort
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	5 ปี
จำนวนพนักงาน	ระหว่าง 10-15 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	7,000,000 บาท
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	450,000 บาทต่อเดือน
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย	300 คนต่อเดือน
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 20 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 80
ช่วงเวลาในการให้บริการ	10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสแปต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดประเทศ สร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยนักธุรกิจในแถบอาเซียนสามารถเข้ามาทำธุรกิจในไทย และนักธุรกิจชาวไทยก็สามารถเข้าไปทำธุรกิจในแถบประเทศอาเซียนได้ ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการค้าและการแลกเปลี่ยนในหลายๆด้าน

ความคิดเห็น

เป็นเรื่องที่ดี ถือเป็นโอกาสที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสแปจะได้รับ

ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจสแป การแลกเปลี่ยนด้านบุคลากรจะช่วยเพิ่มพูนทักษะด้านสแป และการที่คนไทยได้ไปทำงานต่างประเทศจะช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยและช่วยแนะนำสแปไทยให้เป็นที่รู้จักแถบอาเซียนมากขึ้น

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

สแปอยู่ภายใต้การบริหารของโรงแรมซึ่งมีมาตรฐานการจัดการ ทั้งการวางรูปแบบ การตกแต่งและคุณภาพการบริการโดยเป็นเหมือนกันทั่วโลก โดยที่สแปแห่งนี้ดำเนินตามรูปแบบมาตรฐานของโรงแรมที่ได้ตั้งไว้ แต่จะสอดแทรกรูปแบบและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นความเป็นล้านนาเข้าไปในลักษณะของการตกแต่ง รูปแบบของการบริการและผลิตภัณฑ์

2. บุคลากร

มีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะของบุคลากร เมื่อมีทริทเมนต์และโปรแกรมใหม่

เสริมสร้างทักษะด้านภาษาเพิ่มเติม โดยเน้นภาษาจีน ญี่ปุ่น และสเปนเล็กน้อย

3. ลักษณะและชนิดของทริทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยมือและวิถีทางธรรมชาติแต่ต้องมีความทันสมัยตามนโยบายของโรงแรมที่ต้องนำเสนอสิ่งที่น่าค้นหา ส่วนหนึ่งประยุกต์ใช้เครื่องมือเหล่านี้

ในทริทเมนต์บางประเภท เช่น การกำจัดขน และวางแผนพัฒนาทริทเมนต์หน้าเพิ่มเติม โดยมีโครงการจะนำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการทำทริทเมนต์หน้า เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยขณะนี้อยู่ในช่วงจัดทำงบประมาณ

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ และมีลูกค้าจากภายนอกบ้างในจำนวนน้อย โดยลูกค้าจะเดินทางมาด้วยตนเอง

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทริทเมนต์ 8 ห้อง และพนักงานนวดบำบัด 6 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในเวลาปกติ

2. จำนวนบุคลากร

ในช่วงที่เป็นฤดูการท่องเที่ยวหรือช่วงที่มีการจัดงานที่โรงแรมมาก จะจัดเตรียมพนักงานนวดบำบัดชั่วคราวที่มีประสบการณ์และผ่านการทดสอบมาตรฐานการบริการของสปาแล้ว มาช่วยรับรอง ซึ่งทางสปาจะแนะนำให้ลูกค้าสำรองทริทเมนต์ก่อนล่วงหน้าหรือทราบปริมาณความต้องการใช้บริการจากฝ่ายขายของโรงแรม

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้มีความยืดหยุ่น โดยยกเลิกวันหยุดหรือให้พนักงานทำงานล่วงเวลา ในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการมากและในช่วงเทศกาลเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

3. ช่องทางในการสื่อสาร/ การสำรองทริทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทริทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อิน스타그램 หรือเว็บไซต์ที่แนะนำเรื่องการท่องเที่ยว เช่น Tripadvisor และ Agoda การออกบูธร่วมกับหน่วยงานที่ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว เช่น งานไทยเที่ยวไทย (Thailand Discovery Fair) ในแต่ละปี การเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยวและการไปแนะนำสปาที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกับฝ่ายขายของโรงแรม

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

พนักงานจะได้รับข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าจากการประชุมแผนกในแต่ละวันและได้รับการอบรมด้านการบริการลูกค้าโดยดูจากลักษณะของลูกค้าที่แตกต่างกันทั้งด้านวัฒนธรรมและลักษณะที่เฉพาะของแต่ละบุคคล โดยทุกคนต้องศึกษาและทำความเข้าใจลูกค้าของตนเอง

การประเมินของลูกค้าหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลปรับปรุงการบริการ หากเป็นที่ประทับใจก็จะมีการกล่าวชมเชยและหากการบริการยังมีส่วนที่ต้องแก้ไขก็จะให้ข้อมูล และสร้างความเข้าใจที่ตรงกันกับพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อลดปัญหาในครั้งต่อไป

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการวัดมาตรฐานการบริการภายใน โดยผู้ดำเนินการสปาและผู้ฝึกสอนสปาจะทำการตรวจประเมินเดือนละ 1 ครั้ง หากเป็นพนักงานใหม่จะทำการประเมินหลังจากเข้าทำงาน 2 เดือน หลังจากประเมินพนักงานจะได้รับข้อมูลในส่วนที่ต้องแก้ไข จากนั้นให้เวลาในการฝึกฝน และประเมินอีกจนผ่านมาตรฐานที่ทางสปาดังไว้

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

ทางสปาจัดตั้งงบประมาณประจำปี ในการให้ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา เข้ามาจัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะด้านรูปแบบการบริการใหม่

ร่วมมือกับสปาอื่นที่อยู่ในเครือ เพื่อแลกเปลี่ยนพนักงาน เช่น ส่งพนักงานไปฝึกสอนให้กับสปาที่ตั้งใหม่ หรือหากพนักงานจากสปาที่อื่นอยากเข้ามาหาความรู้เพิ่มเติม ถือเป็น การพัฒนาทักษะด้านการฝึกสอนและเรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่นในสิ่งแวดล้อมที่ต่างออกไป

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

เป็นองค์กรที่มีความเป็นสากล มั่นคง และผลตอบแทนคุ้มค่าโดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ค่าบริการ ประกันสังคม ประกันสุขภาพ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โบนัส ค่าอาหาร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สร้างแรงจูงใจให้พนักงานพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและให้บริการอย่างเต็มที่ด้วยใจบริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการนิมงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

มีสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถควบคุมคุณภาพการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานได้

การขาดความเชี่ยวชาญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นปัญหากับสปาที่ขาดบุคลากรและความเชี่ยวชาญ ทำให้สปาเหล่านี้เสียเปรียบเมื่อเทียบกับสปาที่มีความเข้มแข็งด้านการประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรเข้ามาจัดระเบียบและควบคุมมาตรฐานการบริการของสปาให้เป็นไปตามที่กฎหมายระบุไว้

สปาแต่ละที่ควรหาช่องทางประชาสัมพันธ์สปาของตนให้เป็นที่รู้จักและภาคภูมิใจ ให้ความสนใจและเข้ามาช่วยเหลือภาคธุรกิจนี้อย่างจริงจัง

กรณีศึกษาที่ 9

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ดำเนินการสปา
เพศ	หญิง
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี
สถานภาพสมรส	โสด
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 9 ปี

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	หุ้นส่วน
ประเภทของธุรกิจ	Day Spa
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	9 ปี
จำนวนพนักงาน	ระหว่าง 5-10 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	2,000,000 บาท
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	500,000 บาทต่อเดือน
จำนวนลูกค้าที่มารับบริการโดยเฉลี่ย	300 คนต่อเดือน
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 1 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 99
ช่วงเวลาในการให้บริการ	9.00 – 21.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสแปต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มประเทศในอาเซียนเพื่อทำธุรกิจและกิจกรรมที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจร่วมกัน

ความคิดเห็น

เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย เห็นด้วยเพราะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจไทย เนื่องมีการเพิ่มการลงทุน การนำเข้าและส่งออกทำได้สะดวกมากขึ้น ส่วนที่ไม่เห็นด้วยคือ ไทยเกิดการเสียเปรียบต่างชาติเนื่องจากคนไทยมีจุดด้อยด้านภาษา ชาวต่างชาติอาจได้โอกาสเข้ามาประกอบอาชีพ เกิดการแก่งแย่งแข่งขัน และผู้ประกอบการอาจเลือกจ้างงานชาวต่างชาติเนื่องจากข้อได้เปรียบด้านภาษา

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสแปจะได้รับ

ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สแปมีลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ได้กลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

เจ้าของสถานประกอบการและผู้บริหารเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการตกแต่งสแป โดยเน้นสื่อสารด้านวัฒนธรรมและความเป็นเอกลักษณ์ของล้านนา และรูปแบบของการบริการเน้นความเป็นธรรมชาติ โดยสื่อสารออกมาทางการตกแต่ง รูปแบบของทริทเมนต์และผลิตภัณฑ์สแป

2. บุคลากร

พัฒนาและเพิ่มทักษะด้านการนวดให้มีความหลากหลายโดยคงเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนาไทย

ส่งเสริมด้านการเรียนรู้และเพิ่มทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาในแถบประเทศอาเซียน โดยภาษาในแถบประเทศอาเซียนเน้นให้พอสื่อสารเข้าใจ

3. ลักษณะและชนิดของทริทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยวิธีทางธรรมชาติผลิตภัณฑ์สปาทำจากวัตถุดิบธรรมชาติไม่เน้นการใช้วัสดุและอุปกรณ์อื่นร่วมกับการทำสปา

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง โดยไม่มีค่าใช้จ่าย หากลูกค้าอยู่นอกเขตอำเภอเมืองจะมีค่าบริการเพิ่มเติม

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทริทเมนต์ 4 ห้องรวม และพนักงานนวดบำบัด 10 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในเวลาปกติ

2. จำนวนบุคลากร

ผู้ประกอบการมีโรงเรียนสอนนวดไทย และสามารถจัดครูสอนนวดไทยมาช่วยรับลูกค้าในกรณีที่มียูกค้ามาเป็นจำนวนมาก โดยไม่มีนโยบายจ้างพนักงานชั่วคราวหรือพนักงานนวดอิสระจากภายนอก

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้มีความยืดหยุ่น โดยจัดตารางการทำงานของพนักงานประจำและครูสอนนวดไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรองทริทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรองทริทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม การวางโบรชัวร์ตามสถานที่ท่องเที่ยวและโรงแรม การจัดทำเอกสารใบปลิว การเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยว การเข้าร่วมกับหน่วยงานราชการ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์เพื่อประชาสัมพันธ์สปาในต่างประเทศ ตลอดจนการร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจในประเทศ

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

เน้นการบริการอย่างเต็มที่และจริงใจ โดยผู้ให้บริการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้ใจสัมผัสด้วยเชื่อว่าความรู้สึกไม่แบ่งแยกภาษาและเผ่าพันธุ์

ขอให้ลูกค้าประเมินการบริการหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลนี้ป้อนกลับไปยังผู้ให้บริการ เพื่อชมเชยในส่วนที่ลูกค้าประทับใจและปรับปรุงในส่วนที่ลูกค้ายังไม่พอใจ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการประเมินมาตรฐานการบริการ 2 ครั้งต่อปี โดยเชิญลูกค้าจากภายนอกเข้ามาเป็นผู้ประเมินและตรวจเช็คตามมาตรฐานการบริการ

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการนวคิดให้มีความหลากหลาย โดยเฉพาะการนวคิดของแต่ละประเทศในแถบอาเซียน

จัดอบรมเพิ่มพัฒนาทักษะด้านภาษาให้กับพนักงาน โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาในแถบประเทศอาเซียน

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

สร้างแรงจูงใจในการทำงานโดยให้สวัสดิการที่พนักงานพึงพอใจ โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ประกันสังคม ค่าชวโมงทำงาน ค่าทำงานล่วงเวลา โบนัส

สร้างความสัมพันธ์อันดีในองค์กร อยู่ในลักษณะความเป็นครอบครัว

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาด้านเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวลดการใช้จ่าย ส่งผลถึงรายได้ที่มีแนวโน้มลดลง

มีสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ในขณะที่คุณภาพการบริการไม่เท่ากัน บางที่มีบริการแอบแฝง จึงเป็นการทำลายภาพลักษณ์ของสปาไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวและสร้างความเข้าใจที่ผิดต่อสปาไทย

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

ขอให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาดูแลและช่วยส่งเสริม สนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจบริการเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

จัดระเบียบและควบคุมมาตรฐานการบริการของสปาอย่างจริงจัง โดยให้เป็นไปตามบทบัญญัติกฎหมาย

กรณีศึกษาที่ 10

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานและกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูล	ผู้ดำเนินการสปา
เพศ	หญิง
อายุ	ระหว่าง 35 – 40 ปี
สถานภาพสมรส	โสด
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี
ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินการสปา 10 ปี	

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ	บริษัท
ประเภทของธุรกิจ	Hotel & Resort
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	5 ปี
จำนวนพนักงาน	ระหว่าง 5-10 คน
ต้นทุนในการดำเนินกิจการ	10,000,000 บาท
รายได้เฉลี่ยในการดำเนินธุรกิจ	300,000 บาทต่อเดือน
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการโดยเฉลี่ย	210 คนต่อเดือน
ประเภทของกลุ่มลูกค้า	ชาวไทย ร้อยละ 20 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 80
ช่วงเวลาในการให้บริการ	10.00 – 22.00 น.

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับของผู้ประกอบการ

ข้อมูลการรับรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ดำเนินงานสปาต่อประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน (AEC)

การรับรู้และความเข้าใจ

เป็นการเปิดประเทศ สร้างโอกาสทางธุรกิจ กระตุ้นให้คนไทยพัฒนาตนเองและเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศในแถบอาเซียน

ความคิดเห็น

มีทั้งข้อดีและข้อเสีย โดยมีข้อดี คือทำให้ธุรกิจเกิดการเติบโต การรวมกลุ่มจะเพิ่มโอกาสให้แรงงานมีทางเลือกมากขึ้น ทำให้ทุกประเทศได้ประโยชน์ร่วมกัน ช่วยกระตุ้นให้คนไทยพัฒนาทั้งความรู้และทักษะความสามารถ ส่วนผลเสีย คือ ภาวะการไหลออกของแรงงานไทยไปทำงานยังต่างประเทศ เนื่องจากมีทางเลือกที่มากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าธุรกิจสปาจะได้รับ

มีจำนวนแรงงานเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้น แม้ว่าแรงงานไทยส่วนหนึ่งจะเลือกไปทำงานยังต่างประเทศ แต่ก็มีแรงงานจากต่างประเทศเข้ามาเสริม โอกาสนี้จะช่วยยกระดับมาตรฐานของค่าแรง ไม่ให้แตกต่างกันเกินไปอย่างเช่นที่เป็นอยู่

การเดินทางที่ทำได้สะดวกมากขึ้นจะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจสปา

นักธุรกิจไทยสามารถขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ

ข้อมูลด้านการเตรียมความพร้อม

ด้านที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

1. ลักษณะทางกายภาพ

สปาอยู่ภายใต้การบริหารของโรงแรมซึ่งมีมาตรฐานการจัดการ ทั้งการวางรูปแบบ การตกแต่งและคุณภาพการบริการโดยทั้งหมดจะสอดคล้องกับรูปแบบที่ทางโรงแรมตั้งไว้ โดยจะเน้นความเป็นล้านนาประยุกต์ ทางสปาใช้การตกแต่งของชนเผ่าต่างๆของล้านนามาเป็นรูปแบบตกแต่งหลัก และได้เล่าเรื่องราวของล้านนาผ่านวัสดุ อุปกรณ์และการตกแต่งที่เป็นจุดเด่นของแต่ละชนเผ่า

2. บุคลากร

ส่งพนักงานเข้าร่วมอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะเมื่อมีหลักสูตรเปิดใหม่
เสริมสร้างทักษะด้านภาษาเพิ่มเติม โดยเน้นภาษาอังกฤษและภาษาจีน

3. ลักษณะและชนิดของทรีทเมนต์

รูปแบบการบริการจะเน้นการบำบัดด้วยมือและวิถีทางธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์สปาจะใช้วัตถุดิบที่สด ใหม่และมาจากธรรมชาติเท่านั้น

4. การอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

อำนวยความสะดวกด้านการเดินทางให้กับลูกค้าที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายและต้องสำรองทรีทเมนต์ล่วงหน้า

ด้านที่ 2 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)

1. จำนวนห้องและสิ่งอำนวยความสะดวก

มีจำนวนห้องทรีทเมนต์ 5 ห้อง และพนักงานนวดบำบัด 4 คน ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการในเวลาปกติ

2. จำนวนบุคลากร

ในช่วงที่เป็นฤดูการท่องเที่ยวหรือช่วงที่มีการจัดงานที่โรงแรมมากจะจัดพนักงานนวดบำบัดแบบชั่วคราวที่ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานของสปาเข้ามาช่วยรับรอง หากจำนวนลูกค้ามากเกินไปที่สปาจะรับได้ จะประสานงานให้หรือแนะนำให้ลูกค้าไปใช้บริการสปาที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงที่เป็นสมาชิกของสมาคมไทยลำนานาสปาแทน โดยทางสปาได้ตั้งงบประมาณและมีนโยบายจะรับพนักงานนวดบำบัดเพิ่มในปีถัดไป ซึ่งต้องดูแนวโน้มของธุรกิจประกอบการพิจารณา

มีการปรับตารางการทำงานของพนักงานให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยจะได้รับข้อมูลจากการสำรวจทรีทเมนต์ล่วงหน้าและอัตราการจองห้องพักจากฝ่ายขายของโรงแรม

3. ช่องทางในการสื่อสาร/การสำรวจทรีทเมนต์

ลูกค้าได้รับข้อมูลของสปาและสามารถสำรวจทรีทเมนต์ล่วงหน้าผ่านรูปแบบการสื่อสารทั้งสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทางสปาแจ้งข้อมูลใหม่กับลูกค้าที่มีประวัติการใช้บริการผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของโรงแรมจะเข้ามาช่วยดูแลในส่วนนี้ด้วย

ด้านที่ 3 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ให้บริการลูกค้าอย่างจริงใจและเต็มความสามารถ ผ่านรูปแบบการบริการที่อ่อนน้อมและใช้ภาษาเมื่องแบบวัฒนธรรมล้านนาโดยสังเกตจากพฤติกรรมความชอบของลูกค้าแต่ละคน

การประเมินของลูกค้าหลังเสร็จสิ้นการทำสปา โดยใช้ข้อมูลนี้ทำออกมาเป็นรูปแบบรายงานที่สามารถเปรียบเทียบผลได้อย่างชัดเจน และให้ข้อมูลนี้สะท้อนกลับกับพนักงาน เพื่อรักษามาตรฐานของการบริการ

ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

1. ควบคุมการบริการ

มีการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ทั้งความรู้ทางด้านสปาและทักษะด้านการบริการทุกเดือนๆ ละไม่ต่ำกว่า 30 ชั่วโมง และมีการทดสอบร่วมด้วย

2. ด้านการวิจัยและพัฒนา

ส่งพนักงานเข้าร่วมอบรมทักษะด้านสปาเพิ่มเติม เมื่อสมาคมไทยล้านนาสปา หรือหน่วยงานของรัฐจัดการอบรม

ทางสปาจัดตั้งงบประมาณประจำปี ในการให้ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา เข้ามา จัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และเพิ่มทักษะด้านรูปแบบการบริการใหม่

ด้านที่ 5 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและทำให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข ให้สวัสดิการที่เหมาะสมจนสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงาน โดยนอกเหนือจากเงินเดือนจะได้รับ ค่าบริการ ประกันสังคม โบนัส อาหาร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สร้างแรงจูงใจให้พนักงานบริการลูกค้า อย่างอย่างเต็มความสามารถ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในแผนการดำเนินงาน ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขของผู้ประกอบการ

ปัญหาและอุปสรรค

มีสปาเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถควบคุมคุณภาพการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานได้จึงอยากให้ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องเข้ามาดำเนินการและควบคุมให้เกิดความเหมาะสม

บุคลากรในธุรกิจสปาไม่เพียงพอ ส่วนหนึ่งผู้ผ่านการอบรมและมีประสบการณ์แล้ว มักเลือกไปทำงานยังต่างประเทศเนื่องจากผลตอบแทนที่สูงกว่า ทำให้ไทยขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถ

ภาวะเศรษฐกิจซบเซาเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง

ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไข

หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรเข้ามาจัดระเบียบและควบคุมมาตรฐานการบริการของสปาให้เป็นไปตามที่กฎหมายระบุไว้

ขอให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือเรื่องค่าแรงขั้นต่ำ โดยให้มีความทัดเทียมในระดับสากล จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำและแก้ไขปัญหาขาดแคลนแรงงานในสาขานี้อย่างยั่งยืน

ขอให้ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวและสปา ช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้ธุรกิจสปาเป็นที่รู้จักและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเข้ามา



ภาคผนวก ง

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางพิมพ์ใจ ศิริไพบูลย์
เกิดเมื่อ	6 พฤศจิกายน 2523
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวัดโนนทัย พ.ศ. 2546 พายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (ถ่ายภาพบำบัด) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2546-2547 นักถ่ายภาพบำบัด บริษัทการเวก เซลท์ แอนด์ บิวตี้ สปา จำกัด พ.ศ. 2547-2548 นักถ่ายภาพบำบัด บริษัทเซอร์จิคัล เอ็ด จำกัด พ.ศ. 2548-2549 หัวหน้านักถ่ายภาพบำบัด ทวินปาล์ม ภูเก็ต พ.ศ. 2551-2554 ผู้ช่วยผู้จัดการสปา เดอะ สปา เลอ เมอริเดียน เชียงใหม่ พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการตลาดทาง โทรศัพท์ บริษัท พูลเลย์ แอสเซ้นท์ ลิงค์โปร