

บทที่ 6

การดำเนินธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่หลายคนต้องการลงทุนเพราะนอกจากจะเป็นธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งต่อสุขภาพ ความสวยงาม และยังเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ ผู้ลงทุนหลายราย ประสบความสำเร็จขณะที่หลายรายล้มเหลวและขาดทุน ทั้งนี้ผู้สนใจลงทุนในธุรกิจสปาจะต้อง ทำการศึกษา เพราะธุรกิจสปา มีสินค้าหลักคือความรู้ สึกและประสบการณ์ของผู้ให้บริการ การวางแผนการบริหารจัดการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ การวางแผนและการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ บางคนอาจคิดว่ามีเงิน ลงทุนก็สามารถเปิดธุรกิจสปาได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะที่ผู้ ลงทุนต้องสำรวจตนเองก่อนเป็นอันดับแรกว่ามีความเหมาะสมกับธุรกิจหรือไม่ การเลือกทำธุรกิจ เพียงเพราะเป็นกระแสในตลาด อาจทำให้ธุรกิจล้มเหลวได้

คุณลักษณะของผู้ประกอบการสปา

ก่อนลงมือทำธุรกิจใดก็ตาม ผู้ลงทุนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาลักษณะและ รายละเอียดของธุรกิจนั้น ๆ ตลอดจนความพร้อมของผู้ลงทุนว่ามีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน และ มีความสนใจในธุรกิจที่ตนเองต้องการลงทุนหรือไม่ ธุรกิจสปาเองก็เช่นกัน นอกเหนือจากศักยภาพ ด้านเงินลงทุนแล้ว ผู้สนใจควรสำรวจตัวเองว่ามีความพร้อมและเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจนี้ หรือไม่ ถึงแม้ว่าธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ค่อนข้างดี แต่ก็ยังเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ หลายอย่างรวมกัน ดังนั้นจะพบว่าผู้ประกอบการต้องประสบปัญหาขาดทุน และต้องปิดกิจการ โดยทั่วไปคุณลักษณะของผู้ประกอบการสปา มีดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547, น. 11)

1. สนใจเรื่องความงามและสุขภาพ

ผู้ประกอบการสปาควรมีความชอบพื้นฐานในด้านการดูแลสุขภาพและความงาม สนใจ ใช้บริการสปาอยู่เสมอ หากมีความชอบในเรื่องดังกล่าวอยู่แล้วจะทำให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะ หาข้อมูล และนำมาพัฒนาสินค้าและบริการในร้านของตน

2. มีความรู้

หากต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจสปา ผู้ลงทุนควรเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งในเรื่องของธุรกิจสปา และธุรกิจสุขภาพ มีความชอบหรือรักในสุขภาพ ความงามเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว และเป็นผู้ให้บริการสปาเป็นประจำเนื่องจากประสบการณ์การให้บริการในสปาจะทำให้ตัดสินใจได้ว่าตนต้องการเปิดธุรกิจสปาประเภทใด และมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ในสปา รูปแบบการให้บริการเป็นต้น ผู้ลงทุนควรสนใจใฝ่รู้และหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจของตนอยู่เสมอ ไม่ว่าการเข้าใช้บริการของสถานประกอบการอื่น การเข้าอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง การติดตามข้อมูลข่าวสารของธุรกิจสปาตามนิตยสาร หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลและประสบการณ์มาประยุกต์ใช้และพัฒนาธุรกิจของตน นอกจากนี้ผู้ลงทุนควรมีความรู้ในเรื่องของการบริหารและวางแผนการตลาด เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างตรงเป้าหมาย

3. มีความตั้งใจ มุ่งมั่น สร้างสรรค์ และวิสัยทัศน์

การลงทุนในธุรกิจใดก็ตาม ความมุ่งมั่น ตั้งใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะผลักดันให้ผู้ลงทุนสามารถทนแรงกดดัน และฝ่าฟันปัญหาต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปได้ ท่ามกลางการแข่งขันในธุรกิจสปาที่ขยายตัวมากขึ้น ผู้ลงทุนควรวางแผนการพัฒนา รูปแบบการให้บริการที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และแตกต่างจากคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน ตลอดจนการคิดค้นสปาเมนูที่ดึงดูดใจลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรของตน นอกจากนี้ผู้ลงทุนควรมีวิสัยทัศน์กว้างไกล พร้อมทั้งจะเปิดตนเองเพื่อรับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองรสนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากการเข้าร่วมสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนา หรือขยายธุรกิจในอนาคต

4. มีเงินลงทุน

ผู้สนใจลงทุนในธุรกิจสปาควรมีการวางแผน จัดสรรเงินทุนอย่างรอบคอบเพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายและได้ผลกำไรตามที่คาดหวัง ทั้งนี้ควรคำนึงถึงความสามารถด้านการเงิน ซึ่งอาจเป็นทุนทรัพย์ส่วนตัว การกู้เงินจากสถาบันการเงิน หรือการร่วมหุ้นกับบุคคลต่าง ๆ จำนวนเงินที่ใช้ในการลงทุนนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น ท่าเลที่ตั้ง ขนาดของธุรกิจ รูปแบบการให้บริการ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่เลือกใช้ เป็นต้น เงินลงทุนควรแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเงินทุนสำหรับเริ่มต้นกิจการ เช่น ค่าก่อสร้าง ค่าออกแบบตกแต่ง ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าวัสดุสำนักงาน เป็นต้น และส่วนที่สอง เงินทุนหมุนเวียน ที่ใช้สำหรับการดำเนินงานหลังเปิดกิจการ เช่น ค่าเช่าสถานที่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าฝึกอบรม ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549, น. 73) การลงทุนในธุรกิจสปาระดับ 5 ดาว หรือ สปาในโรงแรม และรีสอร์ทที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงเป็นหลายสิบล้าน หรืออาจลงทุนในชั้นสูงมากเป็นพิเศษถึง 100

ด้านบาท เช่น ชีวาศรมสปาทั้งนี้ระยะเวลาการคืนทุนอยู่ที่ประมาณ 1-5 ปี ขึ้นอยู่กับชื่อเสียง การบริหารจัดการ ส่วนธุรกิจสปาขนาดเล็กใช้เงินลงทุนตั้งแต่ 50,000 บาท โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการประเมินเงินลงทุนได้แก่ ขนาดของกิจการ สถานที่ตั้ง ระดับของสปา และทรัพยากรมนุษย์ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552, น. 26)

ในบรรดาประเภทของสปาทั้งหมด Day Spa เป็นสปาที่ขยายตัวสูงเนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่มาก ค่าบริการถูกกว่าสปาในโรงแรมและรีสอร์ท ปัจจุบันภาครัฐมีหน่วยงานที่คำปรึกษาด้านการลงทุนเช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หรือสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ลงทุนสามารถติดต่อขอคำแนะนำได้เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนธุรกิจต่อไป

5. มีทัศนคติที่ดีและมีใจรักบริการ

หลายคนคิดว่างานบริการเป็นเรื่องง่าย แต่ในความเป็นจริงแล้วการให้บริการเพื่อตรงความคาดหวังหรือสร้างความพึงพอใจให้แก่คนหลากหลายจำพวกเป็นเรื่องที่ยากมาก แต่สำหรับผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ไม่ว่าจะเจอลูกค้าประเภทใดหรือต้องทนแรงกดดันมากแค่ไหน ก็จะสามารถรับมือได้และสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้ลงทุนควรสำรวจตนเองว่ามีใจรักในการให้บริการแก่ผู้อื่นมากน้อยเพียงใด ชอบปฏิสัมพันธ์กับผู้คนหรือไม่ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีอย่างไร

กลุ่มลูกค้าของธุรกิจสปา

ในอดีตธุรกิจสปาเป็นเพียงธุรกิจที่รองรับนักท่องเที่ยว แยกของ โรงแรม หรือคนไทยที่มีรายได้สูง หากต้องการใช้บริการสปาจะต้องไปใช้ในโรงแรมระดับสี่หรือห้าดาวเท่านั้น แต่ปัจจุบันการให้บริการสปากลายเป็นเรื่องปกติที่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน ความหลากหลายและการขยายตัวของธุรกิจสปาทำให้ผู้คนสามารถเลือกใช้บริการสปาที่เหมาะสมกับฐานะและความพึงพอใจของตนมากขึ้น สำหรับเจ้าของธุรกิจสปาเอง การรู้ถึงกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนจะช่วยให้ออกแบบลักษณะและประเภทของสปาตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าของธุรกิจสปาได้ 3 กลุ่มดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547, น. 16)

1. กลุ่ม A คือกลุ่มลูกค้าระดับสูง เช่น ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือผู้มีรายได้ต่อเดือนก่อนข้างสูง หรือ ประมาณ 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป หรือนักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ลูกค้ากลุ่มนี้มักจะเข้าใช้บริการ สปาเป็นประจำ หรือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์

2. กลุ่ม B คือกลุ่มลูกค้าระดับกลาง เช่น พนักงานบริษัท หรือผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,000 – 40,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวระดับกลาง ลูกค้ากลุ่มนี้มักจะเข้าใช้บริการสปาเป็นประจำ และพร้อมที่จะสมัครสมาชิกที่ตนใช้บริการ

3. กลุ่ม C คือกลุ่มลูกค้าระดับทั่วไป ที่มีรายได้เฉลี่ยทั่วไปหรือไม่คงที่ รายได้ประมาณ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าที่สนใจบริการในสปาแต่สามารถใช้บริการได้เป็นครั้งคราว

นอกจากการแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งแล้ว ยังมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยใช้อายุเป็นเกณฑ์ ซึ่งจากการวิจัยโดย Eforia: Spa at Hilton ที่ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ สปา 6,000 คนจากทั่วโลกประมาณ พบว่าสนิยมและทัศนคติของการใช้บริการสปาของคนในแต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างกันดังนี้ (Hilton Hotels and Resort, 2012, p. 4-5)

1. กลุ่ม Silent Generation คือกลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี 1925 ถึง 1942 เป็นกลุ่มที่มีความรักดีและยึดมั่นต่อแบรนด์มาก ลักษณะของผู้ใช้บริการสปากลุ่มนี้คือ ต้องการบริการที่เป็นส่วนตัวสูง ใช้บริการที่ริตเม้นท์ที่จำเป็นและทำให้ตนเองดูดี การใช้เวลาในสปายาวนานไม่ใช่ปัญหาของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ แต่เป็นการบริการที่มีคุณภาพ และปฏิสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ หากสถานประกอบการสามารถให้บริการได้ตรงตามคาดหวัง ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะกลายเป็นลูกค้าประจำและยึดมั่นต่อสถานประกอบการนั้น ๆ การประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ มักใช้ไม่ได้ผลกับคนกลุ่มนี้ วิธีที่ได้ผลคือการการตลาดแบบเข้าถึงเฉพาะบุคคล เช่น การโทรศัพท์ หรือการส่งการ์ดเพื่อกล่าวขอบคุณ เป็นต้น

2. กลุ่ม Boomer คือกลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี 1943-1960 เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมสปา และความงาม กลุ่ม Boomer เป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องการชะลอวัย และต้องการคู่อ่อนเยาว์อยู่เสมอ ดังนั้นอุตสาหกรรมสปาจึงได้เสนอรูปแบบการบริการ หรือที่ริตเม้นท์ที่เน้นเรื่องผิวพรรณ และการชะลอความแก่

3. กลุ่ม Gen X คือกลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี 1961- 1981 เป็นกลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีและให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี สื่อมีเดียต่าง ๆ โดยกลุ่มนี้จะหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการใช้เทคโนโลยีเป็นเรื่องสำคัญมากกับคนกลุ่มนี้ ก่อนใช้บริการสปา กลุ่ม Gen X จะทำการค้นคว้าข้อมูล สถานประกอบการต้องสามารถตอบคำถาม และให้บริการที่ตรงตามความคาดหวังของลูกค้ากลุ่มนี้ให้ได้ นอกจากนี้กลุ่ม Gen X ยังเป็นกลุ่มที่สนใจสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ

4. กลุ่ม Millennial คือกลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี 1982-2000 เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อการใช้บริการในสปา และคิดว่าสปาเป็นสิ่งจำเป็น ไม่กลัวที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ เนื่องจากเป็นกลุ่ม

ลูกค้าสปาที่อายุน้อยที่สุด อุตสาหกรรมสปาควรให้ความสนใจกับลูกค้ากลุ่มนี้ เนื่องจากแนวโน้มของสปาในอนาคตจะขึ้นอยู่กับกลุ่ม Millennial

ไม่ว่าจะใช้ปัจจัยการแบ่งกลุ่มลูกค้าโดยใช้เงินเดือนหรือกลุ่มอายุ การศึกษากลุ่มลูกค้าถือเป็นเรื่องสำคัญเพราะจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

องค์ประกอบสำคัญในการประกอบธุรกิจสปา

ในการประกอบธุรกิจสปานั้นนอกเหนือจากการกำหนดถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนแล้ว องค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาในการดำเนินธุรกิจได้แก่

1. สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งหรือทำเลที่ตั้งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาเป็นลำดับต้น ๆ ทำเลที่ตั้งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนให้ธุรกิจไม่ว่าประเภทใดก็ตามประสบความสำเร็จ หรือขาดทุนได้ หากมีทำเลที่ดี ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่มากแต่ต้องใช้พื้นที่อย่างเหมาะสมและไม่ให้คับแคบเกินไป พิจารณาว่าที่ตั้งนั้นเหมาะสมกับประเภทของสปาตามที่วางแผนไว้หรือไม่ โดยทั่วไปผู้ประกอบการสปาควรเลือกทำเลที่อยู่ในย่านชุมชน หรือย่านธุรกิจที่มีการคมนาคมสะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้อาจมีการเปรียบเทียบค่าเช่า ค่าส่วนกลางเพื่อเลือกทำเลที่เหมาะสม พร้อมทั้งพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2547, น. 20)

1) สภาพแวดล้อม การเลือกที่ตั้งของธุรกิจสปาควรเลือกที่ตั้งที่เป็นสัปปายะหรือสภาพแวดล้อมที่ดี สบาย เหมาะแก่การผ่อนคลายและฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ควรเป็นพื้นที่ที่เงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัว ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก นอกจากนี้ผู้ประกอบการหรือผู้ลงทุนควรศึกษาข้อบังคับทางกฎหมายด้านมาตรฐานของสถานที่ให้บริการแต่ละประเภทเพื่อไม่ให้เป็นการขัดต่อพระราชบัญญัติต่าง ๆ ก่อนการซื้อหรือเช่าสถานที่นั้น ๆ



ภาพที่ 6.1 สภาพแวดล้อมสปา

ที่มา: Maikhao Dream Spa, Maikhao Dream Resort and Spa Nantai

2) ความปลอดภัย แม้การเลือกทำเลที่ตั้งต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่สงบ ไม่พลุกพล่าน แต่ขณะเดียวกันพื้นที่ดังกล่าวควรมีความปลอดภัย หรือสร้างความเชื่อมั่นแก่ชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าด้วย ลานจอดรถที่ไกลเกินไปหรืออยู่ในซอยลึกและเปลี่ยว อาจทำให้ลูกค้าไม่กล้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานประกอบการควรมีการจัดการเรื่องความปลอดภัยสำหรับสถานบริการของตน โดยอาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลและให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

3) ระบบสาธารณูปโภค นอกจากสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยแล้ว ผู้ลงทุนควรระลึกถึงระบบสาธารณูปโภคของทำเลที่ตนต้องการ เนื่องจากธุรกิจสปาจำเป็นต้องใช้น้ำและไฟในการให้บริการว่ามีความพร้อมหรือไม่ หากมีปัญหาสามารถแก้ไขได้หรือไม่ ปัญหาจากระบบน้ำและไฟอาจทำให้การให้บริการไม่ราบรื่นและส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของร้านได้

ก่อนการตัดสินใจว่าจะเลือกพื้นที่ใดในการลงทุนทำธุรกิจ ผู้ประกอบการควรทำการสำรวจและเปรียบเทียบพื้นที่ที่ตนสนใจ พิจารณาโดยละเอียด อย่าตัดสินใจเพียงเพราะชอบ แต่ควรแวะไปพื้นที่ดังกล่าวบ่อย ๆ เพื่อเห็นถึงข้อดีและข้อด้อยของพื้นที่นั้น ๆ ศึกษาและทำข้อตกลงกับเจ้าของพื้นที่อย่างชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในภายหลัง ถึงแม้ทำเลที่ตั้งบางแห่งจะมีความเหมาะสมมากแต่ผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงการแข่งขันของธุรกิจสปาในบริเวณดังกล่าวว่ามีมาก

น้อยเพียงใด หากพื้นที่นั้นมีการทำธุรกิจประเภทเดียวกันที่สูงอยู่แล้วควรหลีกเลี่ยง โดยทั่วไปทำเลที่นิยมสำหรับการดำเนินธุรกิจสปาได้แก่ (ชญาดา วรารัตน์, 2552, น. 50-53)

1) ศูนย์การค้า ระดับของศูนย์การค้าจะบ่งชี้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เช่นเดียวกัน ข้อดีของการดำเนินธุรกิจในศูนย์การค้าคือ มีที่จอดรถสะดวกสบายและปลอดภัย แต่ขณะเดียวกันอาจมีรายละเอียดปลีกย่อยในเรื่องค่าใช้จ่ายส่วนกลางและเงื่อนไขต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับทางศูนย์การค้าแต่ละแห่ง

2) ย่านชุมชน ค่าเช่าพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับระดับของพื้นที่ เช่น พื้นที่แถวสาทร สีลม ที่มีผู้คนและนักท่องเที่ยวจำนวนมากย่อมมีราคาเช่าสูงกว่าพื้นที่แถบชานเมือง พื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากย่อมได้เปรียบด้านการตั้งราคาค่าบริการ อย่างไรก็ตามการเช่าพื้นที่ตามย่านชุมชนอาจมีข้อเสียเปรียบด้านสถานที่จอดรถ ดังนั้นผู้ลงทุนควรคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้บริการซึ่งโดยมากจะใช้เวลาในสปาประมาณ 2-3 ชั่วโมง หากไม่มีที่จอดรถ หรือจอดรถลำบาก ต้องเดินไกล จะทำให้ประสบปัญหาลูกค้าไม่ยอมมาใช้บริการได้

3) โรงแรม รีสอร์ท การดำเนินธุรกิจสปาในโรงแรมหรือรีสอร์ท อาจเป็นการร่วมลงทุนระหว่างโรงแรมและรีสอร์ทร่วมกับเจ้าของกิจการสปา หรือโรงแรม รีสอร์ทดำเนินการเอง หรือเป็นการเช่าพื้นที่ของเจ้าของธุรกิจสปาซึ่งต้องมีการศึกษาเงื่อนไขค่าเช่า และอัตราส่วนแบ่งที่ต้องให้แก่ทางโรงแรมเป็นต้น ธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ทไม่เพียงแต่เป็นภาพลักษณ์ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม แต่ยังสามารถทำรายได้ให้แก่สถานประกอบการด้วย เพราะไม่เพียงแต่ลูกค้าในโรงแรมและหรือรีสอร์ทที่สามารถใช้บริการได้ แต่ยังรวมถึงลูกค้าภายนอกอีกด้วย ข้อดีของการดำเนินธุรกิจสปาในโรงแรมและรีสอร์ทคือได้กลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน และมีที่จอดรถที่ปลอดภัย

4) ศูนย์ออกกำลังกาย และสนามกอล์ฟ ปัจจุบันสนามกอล์ฟ และศูนย์ออกกำลังกาย และสโมสรรักกีฬา มีการให้บริการสปาภายในบริเวณพื้นที่ของตน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นการให้บริการสมาชิกแบบครบวงจร ทั้งนี้อาจเป็นการดำเนินงานของศูนย์ออกกำลังกายหรือสนามกอล์ฟ หรือเป็นการเช่าพื้นที่จากบุคคลภายนอกก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายและการเจรจา

2. การจัดสรรพื้นที่ การออกแบบ ตกแต่ง

2.1 การจัดสรรพื้นที่ ผู้ประกอบการควรวางรูปแบบและจัดสรรพื้นที่ของธุรกิจตนก่อนเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อให้ทราบว่าพื้นที่ทำเลนั้น ๆ เมื่อจัดสรรเป็นสัดส่วนแล้วตรงกับวัตถุประสงค์หรือการให้บริการที่ตนเองวางแผนไว้หรือไม่ ทั้งนี้การคำนวณจัดสรรพื้นที่ต้องอย่างชัดเจน ถ้าพื้นที่ไม่เหมาะสม จะสามารถปรับเปลี่ยนหรือมีค่าใช้จ่ายเล็กน้อยเพียงใด หากคำนวณแล้วค่าใช้จ่ายสูงอาจเปลี่ยนทำเลหรือพื้นที่ใหม่ ภายในสปาควรแบ่งสัดส่วนพื้นที่สำหรับการให้บริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และใช้สอยพื้นที่แต่ละส่วนให้คุ้มค่า การออกแบบต้องนึกถึงความความสะดวกสบายของลูกค้า

เป็นหลักอีกด้วย ทั้งนี้สามารถจัดรูปแบบการบริการที่คล้ายกันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน โดยทั่วไปพื้นที่ใช้สอยที่จำเป็นในสปา มี 5 ส่วนดังนี้ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549, น. 42-43)

2.1.1 บริเวณทางเข้า ควรเป็นบริเวณที่เปิดกว้างซึ่งลูกค้าสามารถเดินเข้าออกได้อย่างสะดวก มีชื่อสถานประกอบการชัดเจน



ภาพที่ 6.2 บริเวณทางเข้าสปา

ที่มา: Life Spa , Springfield Village Resort

2.1.2 ส่วนต้อนรับลูกค้า โดยมากจะอยู่ทางด้านหน้าหรือถัดจากทางเข้าของสปา บริเวณนี้จะมีเคาน์เตอร์ซึ่งมีพนักงานต้อนรับคอยให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงมีรายละเอียดแผนผังเกี่ยวกับการบริการของทางสปา และอาจมีซุ้มสำหรับขายผลิตภัณฑ์ของทางร้าน ซึ่งอาจตั้งไว้ใกล้ทางเข้าออกของสปาหรือบริเวณต้อนรับลูกค้าก็ได้ ส่วนสำหรับพนักงานต้อนรับ เป็นส่วนสำคัญที่ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ดูแลการชำระค่าใช้จ่าย การรับรองต่างๆ ดังนั้นควรออกแบบให้สวยงาม สร้างความประทับใจ และมีบรรยากาศอบอุ่น เป็นมิตรสำหรับลูกค้า และต้องมีบรรยากาศที่ไม่ก่อให้เกิดความเครียดแก่พนักงานเช่นกัน การจัดพื้นที่ส่วนนี้มีความสำคัญต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับต่อแขก บริเวณเคาน์เตอร์มีแสงไฟเพียงพอเนื่องจากการทำงานกับคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานอาจส่งผลต่อสายตาของพนักงาน เก้าอี้ เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ต้องถูกต้องต่อสรีระร่างกายและไม่ก่อให้เกิดอาการบาดเจ็บ ตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินงาน เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องส่งแฟกซ์ ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพราะหากมีอุปกรณ์มีความผิดพลาดหรือก่อให้เกิดความล่าช้า นอกจากจะสร้างความรำคาญให้แก่พนักงานแล้ว อาจส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอีกด้วย



ภาพที่ 6.3 ส่วนต้อนรับลูกค้า

ที่มา: Kiriya Spa , Lit Hotel



ภาพที่ 6.4 พื้นที่สำหรับพนักงานต้อนรับ

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/329396160222724775/?lp=true>

2.1.3 ส่วนพักผ่อนสำหรับลูกค้า เป็นส่วนที่จัดไว้สำหรับลูกค้าที่รอรับบริการ หรือ หลังรับบริการได้พักผ่อน ดังนั้นบริเวณนี้ควรมีบรรยากาศที่ดึงดูดและอบอุ่น ภายในบริเวณพักผ่อน จะมีการจุดตะเกียงน้ำมันหอมระเหยเพื่อสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลาย อาจมีบริการน้ำดื่มสมุนไพร หรือของว่างให้รับประทาน รวมถึงมีนิตยสารให้อ่านเล่น



ภาพที่ 6.5 ส่วนพักผ่อนสำหรับลูกค้า
ที่มา: Opium Spa, The Siam Hotel

2.1.4 ส่วนบริการลูกค้า หรือพื้นที่สำหรับทรีตเมนต์ (Treatment Room) เป็นบริเวณที่ต้องการความเป็นส่วนตัว และสงบเงียบเพื่อให้ลูกค้าได้รับความผ่อนคลายระหว่างรับบริการ ส่วนให้บริการลูกค้าอาจเป็นห้องส่วนตัว หรือห้องคู่ ซึ่งลูกค้าสามารถระบุได้ตามความต้องการ บริการบางอย่างอาจเป็นห้องรวมแต่มีฉากกั้นเพื่อสร้างความเป็นส่วนตัวให้แก่ลูกค้า โดยปกติขนาดมาตรฐานของห้องสำหรับให้บริการหรือห้องทรีตเมนต์อยู่ที่ขนาด 10*10 ฟุต ฟังก์ชันของห้องที่แคบเกินไปจะทำให้ทั้งผู้รับและผู้ให้บริการเกิดความอึดอัด และยากต่อการให้บริการ ภายในห้องประกอบด้วยอุปกรณ์และเฟอร์นิเจอร์ที่สะดวกต่อการรับบริการของลูกค้า ขณะเดียวกันต้องถูกต้องตามหลักสรีรศาสตร์เพื่อป้องกันการบาดเจ็บของผู้ให้บริการ ระบบไฟฟ้าง่ายต่อการใช้งาน และควบคุม ภายในห้องมีระบบควบคุมอุณหภูมิเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคน ในกรณีที่ลูกค้าต้องลุกและนั่งเพื่อรับบริการ ควรมีราวหรืออุปกรณ์เพื่อพยุงให้ลูกค้าลุกขึ้นได้ง่ายและปลอดภัย ภายในห้องควรมีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า หรือมีที่สำหรับแขวนเสื้อผ้า รวมถึงที่เก็บของมีค่าให้แก่ลูกค้า (D' Angelo, 2006, p. 94)

ส่วนบริการหรือห้องทรีตเมนต์สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือห้องแบบแห้ง และแบบเปียก ห้องแบบแห้งคือห้องที่ให้บริการที่ให้บริการโดยไม่ใช้น้ำ หรือมีอุปกรณ์ที่ใช้น้ำ ยกเว้นอ่างล้างหน้า ซึ่งอาจเป็นห้องสำหรับนวดหน้า นวดตัว เป็นต้น ส่วนห้องแบบเปียก เป็นห้องที่มีบริการเกี่ยวกับน้ำ โดยมากอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องประเภทนี้จะมีราคาแพง และต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ก่อนการติดตั้งอุปกรณ์ ควรตรวจสอบระบบระบายน้ำ โครงสร้างของห้องเหมาะสมสำหรับติดตั้งอุปกรณ์หรือไม่ เช่น อ่างแช่น้ำ อ่างจากุซซี่ จะมีน้ำหนักมาก โดยเฉพาะเมื่อรวมกับจำนวนน้ำที่ใช้ในอ่างและน้ำหนักตัวของผู้รับบริการ ดังนั้นควรคำนวณน้ำหนักที่รองรับได้ โดยต้องปรึกษาร่วมกับสถาปนิก ผู้รับเหมาหรือช่างก่อนการติดตั้ง นอกจากนี้ภายในห้องเปียกควรเลือกใช้วัสดุที่

ทนต่อความชื้นสำหรับกำแพง พื้นห้อง เฟอร์นิเจอร์ ภายในห้องควรมีระบบถ่ายเทอากาศและระบบควบคุมอุณหภูมิแก่ลูกค้า รวมถึงการทำความสะอาดห้องทุกครั้งเพื่อป้องกันเชื้อราต่างๆ และเพื่อสุขอนามัย ระบบไฟต่างและสายไฟควรมีการติดตั้งที่เรียบร้อยไม่ก่อให้เกิดอันตราย

หากมีพื้นที่ด้านในไม่พอสำหรับการติดตั้งอุปกรณ์ที่ต้องใช้น้ำ สถานประกอบการอาจใช้พื้นที่ด้านนอกสำหรับการบำบัดบางประเภท เช่น ห้องชาน้ำ ห้องแช่น้ำร้อน เป็นต้น โดยอาจติดตั้งบริเวณสวนของสปา อย่างไรก็ตามการให้บริการด้านวาริบำบัดด้านนอก ควรคำนึงถึงระบบการระบายน้ำเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 6.6 ส่วนบริการลูกค้า

ที่มา: Kiriya Spa, Lit Hotel



ภาพที่ 6.7 ส่วนให้บริการด้านนอกของสปา

ที่มา: <https://www.pinterest.com/explore/outdoor-spa/?lp=true>

นอกจากพื้นที่ข้างต้นแล้ว พื้นที่ภายในห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าและทางเดินเป็นส่วนที่มีความสำคัญเช่นกัน พื้นที่สำหรับเปลี่ยนเสื้อผ้าควรมีความสะอาดเรียบร้อย ห้องเปลี่ยน

เสื้อผ้าและห้องทรีตเมนต์ไม่ควรอยู่ใกล้กันมาก พนักงานมีหน้าที่ในการพาลูกค้าไปยังห้องต่างๆ โดยเฉพาะลูกค้าที่รับบริการหลายประเภทและต้องเปลี่ยนห้อง การออกแบบห้องและพื้นที่ต่างๆ อาจมีการเชื่อมต่อกัน และลดความจำเป็นในการเดินผ่านห้องสาธารณะที่มีแขกอื่นอยู่

2.1.5 ส่วนพักผ่อนของพนักงาน สถานประกอบการสปาควรจัดพื้นที่สำหรับพนักงานภายในร้านอย่างเป็นสัดส่วน เพื่อให้พนักงานได้ทำภารกิจส่วนตัว และใช้เป็นที่พักผ่อนระหว่างรอการให้บริการ มีพื้นที่สำหรับรับประทานอาหาร ประชุมพนักงาน และห้องน้ำที่แยกเป็นสัดส่วนจากของลูกค้านี้เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

2.1.6 พื้นที่ซักกรีดและพื้นที่เก็บผลิตภัณฑ์ การให้บริการสำหรับธุรกิจสปาจำเป็นต้องใช้ผ้าจำนวนมาก ดังนั้นสถานประกอบการที่ไม่ได้ส่งผ้าเพื่อซักกรีด ควรมีพื้นที่สำหรับดูแลผ้า เช่น พื้นที่ซักและตากผ้า น้ำยาซักผ้าและเคมีภัณฑ์ต่างๆควรมีห้องจัดเก็บที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็น สะอาดและสะดวกต่อการนำมาใช้งาน สถานประกอบการควรมีตู้เล็กๆในห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าเพื่อจัดวางผ้า รวมถึงของจำเป็นต่างๆ เช่น น้ำยาอบน้ำ ไคร้เป่าผม กระจกทิชชู สาลี ทั้งนี้ถือเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า รวมถึงควรจัดวางตะกร้าหรือภาชนะสำหรับใส่ผ้าที่ใช้แล้วให้แก่ลูกค้า

พื้นที่สำหรับเก็บผลิตภัณฑ์ควรอยู่ในพื้นที่ที่พนักงานสามารถเข้าถึงได้ง่าย วิธีที่แนะนำคือภายในห้องบริการอาจจัดให้มีตู้เล็กๆเพื่อเก็บผลิตภัณฑ์และผ้าที่จำเป็นต้องใช้งานสำหรับห้องนั้น ๆ นอกจากนี้ควรตรวจสอบจำนวนและวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ภายในห้องเก็บของอยู่เสมอ

2.2 การออกแบบและตกแต่ง เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปา การออกแบบตกแต่งถือเป็นส่วนสำคัญต่อการเลือกใช้สปาของลูกค้า และส่งผลต่อธุรกิจ สปาจะเรียบง่าย หรือหรูหราอย่างน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับรูปแบบและแนวคิด (Concept) และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ผู้ประกอบการได้วางแผนไว้ โดยต้องระลึกเสมอว่าสปาเป็นสถานที่ให้บริการที่ผู้ใช้บริการต้องการเข้ามาผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ ดังนั้นการออกแบบตกแต่งจะเน้นที่แนวคิดในการสร้างสมดุลร่างกาย (Body) จิตใจ (Mind) และจิตวิญญาณ (Soul) เพื่อให้เกิดสุขภาพกายและใจที่ดี การออกแบบตกแต่งสถานประกอบการสปาอาจแบ่งเป็นพื้นที่ 2 ส่วน คือ บริเวณภายนอกและบริเวณภายใน

2.2.1 การออกแบบตกแต่งภายนอก คือบริเวณก่อนทางเข้าสปา ซึ่งการตกแต่งสปาที่ดีควรสร้างความผ่อนคลาย และสบายให้แก่ลูกค้าตั้งแต่นาทีแรกที่ลูกค้าเดินทางมาถึง อาจตกแต่งแนวธรรมชาติ จัดสวนรอบนอกให้ดูร่มรื่น สบายตา หากเป็นสปาที่ตั้งอยู่ในอาคารอาจวางต้นไม้หรือใช้โคมไฟอบอุ่นเพื่อให้เกิดความรู้สึกสบาย

2.2.2 การออกแบบตกแต่งภายใน คือบริเวณภายในสปา ซึ่งรูปแบบการออกแบบตกแต่งนั้นขึ้นอยู่กับแนวคิด (Concept) ที่ผู้ประกอบการสปาได้วางแผนไว้ แต่ต้องคำนึงถึงความ เป็นสัปปายะหรือความสบาย และผ่อนคลายของผู้เข้ามาใช้บริการ

การบริหารจัดการพื้นที่ถือเป็นงานสำคัญ เพราะนอกจากจะต้องออกแบบให้ดึงดูด ลูกค้าแล้วต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ด้วย ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความ ยืดหยุ่นสำหรับการปรับเปลี่ยน เพิ่มเติม หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เช่น การเพิ่มสินค้า การ ปรับเปลี่ยนห้องทรีตเมนต์ การเพิ่มรูปแบบการบริการ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วควรออกแบบสถานที่ ให้สอดคล้องกับชื่อกฎหมาย และวางแผนระบบงานต่าง ๆ ในอาคารที่จำเป็น เช่น ท่อประปา ท่อน้ำ ทิ้ง การระบายอากาศ การกำจัดของเสีย ทางหนีไฟ ระบบป้องกันอัคคีภัย เป็นต้น

ก่อนการก่อสร้างและออกแบบตกแต่งสถานที่นั้น ผู้ประกอบการควรปรึกษา สถาปนิกและให้รายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะสปาที่ตนต้องการ เช่น บรรยากาศ พื้นที่ใช้สอย ขนาด ของพื้นที่ เป็นต้น ผู้ประกอบการสามารถติดต่อบริษัทที่ออกแบบสปาโดยเฉพาะ หรืออาจสรรหา สถาปนิกโดยสอบถามจากสปาที่ตนเองเคยใช้บริการแล้วซึ่งชอบการออกแบบตกแต่ง โดยทั่วไป แล้วสถาปนิกจะนำแบบพิมพ์เขียวหรือแบบร่างเพื่อให้ผู้ประกอบการสปาตรวจสอบก่อนตัดสินใจ ลงมือก่อสร้าง ซึ่งในแบบพิมพ์เขียวควรมีรายละเอียดที่จำเป็นทั้งหมดทั้งภายในและภายนอก ของสปา เช่น ระบบไฟฟ้า และน้ำประปา ท่อน้ำทิ้ง บรรยากาศ กำแพง หน้าต่าง ตำแหน่งการวาง เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามหากเจ้าของหรือผู้ลงทุนไม่มีประสบการณ์และไม่มั่นใจใน ขั้นตอนวางแผนเพื่อการก่อสร้าง สามารถติดต่อบริษัทที่ปรึกษาด้านธุรกิจสปาเพื่อช่วยดำเนินการ ดังกล่าว นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่พึงระวังคือระยะเวลาในการก่อสร้าง ยังใช้เวลานานหมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นควรมีการตกลงเรื่องระยะเวลาให้ชัดเจน โดยทั่วไประยะเวลาการก่อสร้าง อยู่ที่ประมาณ 9 เดือน แต่ผู้ลงทุนควรเตรียมพร้อมสำหรับระยะเวลาที่เลื่อนออกไป (D' Angelo, 2006, p. 93)

การออกแบบตกแต่งที่ดีทั้งภายในและภายนอกประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ เช่น โทนสี แสงไฟ การตกแต่งผนังและพื้น เฟอร์เจอร์และของประดับตกแต่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้ (D' Angelo, 2006, pp. 107-113)

- *บรรยากาศ หรือสไตล์ของสปา* ซึ่งถือเป็นรสนิยมส่วนบุคคล แต่ต้องสะท้อนให้เห็นถึงปรัชญาหรือแนวคิดของสปานั้น ๆ หากรูปแบบการให้บริการเป็นไปตามกระแสนิยม และ ต้องการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาจตกแต่งและใช้โทนสีตามกระแสแฟชั่น สนุกสนาน ขณะที่หาก เป็นสปาแนวธรรมชาติ อาจใช้โทนสีพื้น ๆ สีสธรรมชาติเช่น สีของน้ำทะเล ท้องฟ้า และตกแต่งแบบ สุภาพ เป็นต้น

- **โทนสี** โดยทั่วไปโทนสีที่ใช้ในสปาคือโทนสีสุภาพเรียบร้อย เช่น สีขาว สีเนื้อ หรืออาจเลือกใช้สีเข้ม สีสว่างเจิดจ้า เช่น สีแดง สีส้ม สีฟ้า สีเขียว สีที่เลือกใช้จะส่งผลกระทบต่อความรู้สึก เช่นเดียวกับเสียงเพลง เช่น สนุกสนาน ผ่อนคลาย ตื่นเต้น เป็นต้น สีสามารถส่งผลกระทบต่ออารมณ์และการแสดงออกของลูกค้า โดยทั่วไปแล้ว สีสว่างและสีจาง ๆ จะช่วยให้ผ่อนคลาย มากกว่าสีเข้มที่สร้างพลัง มีชีวิตชีวา การเลือกสีควรพิจารณาถึงความรู้สึกผ่อนคลายของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตาม โทนสีต่าง ๆ สามารถส่งผลกระทบต่ออารมณ์ความรู้สึก ดังนี้

ตารางที่ 6.1 สีและผลต่ออารมณ์

สี	ผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก
แดง	สร้างพลังงาน ความกระตือรือร้น ความตื่นเต้น
ส้ม	กระตุ้น กระปรี้กระเปร่า ร่าเริง
ฟ้า	ความสงบ ผ่อนคลาย รักษา ความเชื่อใจ รวมถึงความรู้สึกเศร้า หม่นหมอง
เขียว	ความสงบ สดใส กระปรี้กระเปร่า สดชื่น
เหลือง	กระตุ้นจิตใจ เห็นอกเห็นใจ ความสุข
น้ำตาล	ความมั่นคง เชื่อถือได้ ธรรมชาติ
ม่วง	ความภักดี พลังงาน ความร่ำรวย ทำให้มีจิตวิญญาณ
ดำ	ความโศกเศร้า เศร้าหมอง ซับซ้อ
ขาว	ความบริสุทธิ์ ความปลอดภัย ความสะอาด

ที่มา: D' Angelo (2006, p. 108)

- **วัสดุใช้ในสปา** การเลือกวัสดุที่ใช้ในสปา มีทั้งแบบที่เป็นธรรมชาติ และไม่เป็นธรรมชาติแต่ควรหลีกเลี่ยงวัสดุที่ก่อให้เกิดสารพิษ หรือก่อให้เกิดสารพิษน้อยที่สุด ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงวิธีการทำความสะอาดที่ง่าย คงทน ปัจจุบันกระแสใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมได้ขยายไปทั่วโลก ดังนั้นการออกแบบตกแต่งสปาหลายแห่งวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- **แสงไฟ** เป็นส่วนประกอบสำคัญสำหรับการออกแบบตกแต่งซึ่งต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ การสร้างบรรยากาศ และการดำเนินงาน สถานประกอบการสามารถเลือกใช้โคมไฟ หรือเลือกใช้แสงจากธรรมชาติซึ่งส่งผลกระทบต่อความรู้สึก รวมถึงเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน นอกจากนี้ยังสามารถใช้แสงไฟเพื่อช่วยให้ของบางอย่างโดดเด่น เช่น ใบบรรองมาตรฐานของสปา รางวัดต่าง ๆ หรือการใช้แสงไฟเพื่อดึงดูดลูกค้าให้สนใจกับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ควร

เลือกแสงไฟให้เหมาะกับพื้นที่งานแต่ละประเภท เช่น ภายในห้องนวดหรือห้องทรีตเมนต์ อาจใช้ไฟหรี่ แสงเทียน เพื่อสร้างบรรยากาศ ขณะที่แสงไฟในห้องนวดหน้าจำเป็นต้องสว่างขึ้น ดังนั้นควรเลือกใช้ไฟที่สามารถปรับความสว่างได้

3. ผลิตภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้

ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานในสปาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการไม่ควรซื้อเพียงเพราะความชอบส่วนตัว หรือเห็นว่าสถานประกอบการอื่นมี แต่ควรเลือกซื้อตามความจำเป็นและเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รูปแบบการให้บริการ ประเภทของสปา ขนาดของสปา และงบประมาณที่ต้องการจะลงทุน เราสามารถแบ่งหมวดหมู่สิ่งของที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจสปาได้ดังนี้ (นภารัตน์ ศรีละพันธ์ และรัตนวรรณ ทองบุษย์, 2556, น. 117, D'Angelo, 2006, pp. 283-285)

3.1 ผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการให้บริการในสปา การเลือกผลิตภัณฑ์ในสปาไม่ควรเลือกซื้อเพราะนำใช้ หรือชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ แต่ควรเลือกผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ปรัชญาการดำเนินการ และความจำเป็นต่อการให้บริการ โดยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย สะอาด น่าเชื่อถือ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกาย เช่น เกลือขัดผิว น้ำมันหอมระเหยนวดตัว สมุนไพรพอกตัว และผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวหนัง เช่น ครีมขัดหน้า มาร์คพอกบำรุงผิว โลชั่นเปิดรูขุมขน ส่วนใหญ่สปาในประเทศไทยนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ โดยเฉพาะสมุนไพรไทย สปาบางแห่งอาจผลิตผลิตภัณฑ์เองเพื่อใช้ในสปาของตนเพื่อสร้างความโดดเด่น ขณะที่สปาระดับห้าดาวมักใช้น้ำมันหอมระเหยหรือผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น โคลนพอกตัว สาหร่ายจากทะเลสาปเดคซี เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และการยอมรับในด้านคุณภาพ อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจะมีราคาสูงทำให้ส่งผลต่อค่าบริการที่สูงตาม

ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มยอดขายอีกทางให้แก่ธุรกิจ การกลับมาใช้บริการซ้ำหรือลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อกลับไปใช้ต่อที่บ้านถือเป็นความสำเร็จของธุรกิจ เป็นที่ทราบกันดีว่าการทำทรีตเมนต์ในสปาแค่หนึ่งครั้งไม่ก่อให้เกิดประสิทธิผลได้จนกว่าลูกค้าจะกลับมารับบริการเพิ่มเติมหรือซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปใช้ต่อที่บ้าน ดังนั้นเป็นหน้าที่ของพนักงานที่จะให้คำแนะนำและชักจูงให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ อย่างไรก็ตามพนักงานบำบัดส่วนใหญ่ไม่มีทักษะด้านการขายและคิดว่าตนเป็นเพียงนักบำบัด ดังนั้นเป็นหน้าที่ของผู้จัดการสปาที่ต้องสร้างความเชื่อมั่นในความ เป็นมืออาชีพด้านสปาแก่พนักงานของตน พนักงานต้องเชื่อว่าตนเองมีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านการให้บริการเท่ากับความมั่นใจต่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ พนักงานต้องเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ที่ตนแนะนำให้แก่ลูกค้า นั้นจะก่อให้เกิดคุณค่าที่แท้จริงหากนำไปใช้

ดังนั้นหากพนักงานไม่มีความเชื่อมั่น หรือขาดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าพนักงานเพียงแค่ต้องการทำยอดขายหรืออยากได้ค่านายหน้า (Commission)

การจัดพื้นที่หรือบรรยากาศของพื้นที่สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้า ทั้งนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงการวางสินค้าทุกเดือนหรือทุกเทศกาล จัดเรียงสินค้าอย่างมีศิลปะพร้อมทั้งติดโปสเตอร์ที่สวยงาม ใช้ภาษาหรือข้อความที่สร้างสรรค์ หากมีลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน พยายามเชิญชวนให้ลูกค้าชมสินค้าในตู้โชว์ มีภาพถ่ายแสดงให้เห็นผลก่อนและหลังใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จากนั้นให้ลูกค้าได้ทดลองผลิตภัณฑ์ การขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ด้านประสาทสัมผัส ดังนั้นควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้รับรู้ทั้งการมองเห็น การสัมผัส การรู้สึก และได้กลิ่นของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

สถานประกอบการควรวางแผนการออกแบบพื้นที่ที่ใช้ในการจำหน่ายสินค้าอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ลูกค้าได้เดินชมและทดลองสินค้า สร้างบรรยากาศที่เชื่อเชิญ เช่น การจัดแต่งดอกไม้สด การใช้เทียนหอม การวางสินค้าอย่างสวยงาม จัดที่นั่งที่สบายและผ่อนคลายเพื่อให้ลูกค้าได้มีเวลาอ่านรายละเอียดของสินค้าอย่างไม่เร่งรีบ ฟังระวังไม่ควรตีป้ายโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในบริเวณทางเดิน ห้องทรีตเมนต์ หรือห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า พนักงานมีหน้าที่ทำการขายเชิงรุกโดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ เสนอผลิตภัณฑ์ตัวอย่างรวมถึงการเชิญให้ทดลองรับบริการเป็นระยะเวลาสั้น ๆ



ภาพที่ 6.8 การจัดพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ที่มา: <http://vibetrek.com/hotel/be-tulum/>

การจัดวางสินค้าและผลิตภัณฑ์ การจัดวางสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายจะทำให้เกิดความน่าสนใจ การจัดวางต้องมีเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด สวยงาม ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมต่อทรีตเมนต์ที่มีของสปา เช่น หลังรับบริการนวดหน้าลูกค้าสามารถ

ซื้อครีมรักษาสภาพผิวเพื่อกลับไปใช้อย่างต่อเนื่องที่บ้าน เป็นต้น นอกจากนี้สถานประกอบการควรจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ที่ใช้และจำหน่าย เพื่อให้พนักงานทราบถึงประโยชน์ วิธีการใช้ และสามารถอธิบายลูกค้าได้ พึงระวังการเลือกวัสดุที่ใช้เป็นชั้นสำหรับวางผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องมีความแข็งแรงมั่นคง รวมถึงไม่วางผลิตภัณฑ์และตัวอย่างจนแน่นเกินไป ขณะเดียวกันไม่ปล่อยให้ชั้นวางเกินไป เลือกใช้แสงไฟที่ช่วยให้สินค้าโดดเด่น สถานประกอบการสามารถใช้โปสเตอร์หรือป้ายเพื่อสร้างความดึงดูดสำหรับสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ อย่างไรก็ตามอาจจัดให้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าพิเศษอื่นๆที่เป็นที่นิยมของลูกค้า เช่น งานศิลปะ เครื่องประดับเล็ก ๆ น้อย เป็นต้น



ภาพที่ 6.9 พื้นที่จำหน่ายสินค้าสปา

ที่มา: Maikhao Dream Spa, Maikhao Dream Resort and Spa Nantai



ภาพที่ 6.10 บรรยากาศพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ที่มา <http://figandsage.blogspot.com/2011/08/our-lovely-summer-day-at-terrain-at.html>

3.2 วัสดุอุปกรณ์ คือสิ่งที่จะช่วยเสริมหรือใช้ร่วมกับเครื่องมือเพื่อทำให้การบริการเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น เครื่องแบบพนักงาน ชุดเปลี่ยนสำหรับลูกค้าที่จะใช้บริการ สำลีแผ่น ผ้าปิดหน้า หมวกคลุมผม กางเกงในกระดวย รองเท้าแตะ รถเข็นอุปกรณ์ เป็นต้น



ภาพที่ 6.11 ตัวอย่างวัสดุอุปกรณ์สปา

ที่มา: Kiriya Spa, Lit Hotel

3.3 เครื่องมือ เครื่องใช้ คือเครื่องที่สปานำมาใช้เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า เช่น เติยงนวด ตู้อบชาวน้ำ ตู้อบไอน้ำ เครื่องกำจัดขน เครื่องนวดตัวลดไขมัน เครื่องตรวจสภาพผิวหน้า เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในสปาส่วนใหญ่มักนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตเองได้ ดังนั้นราคาเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการในสปา มักมีราคาค่อนข้างสูง



ภาพที่ 6.12 ตัวอย่างเครื่องใช้ในสปา

ที่มา: <http://www.spachina.com/en/product/a-new-type-of-spa-equipment-oxy-bath>

ผู้ประกอบการสปา หรือผู้จัดการสปาควรบริหารจัดการให้พนักงานสปาเก็บรักษา และดูแลทำความสะอาดอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ทุกชนิดหลังการให้บริการเพื่อความปลอดภัย และสุขอนามัยที่ดี นอกจากนี้ควรจัดให้มีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะการในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ภายสถานประกอบการ รวมถึงการอบรมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาและผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นที่นิยมในธุรกิจสปาเพื่อเป็นประโยชน์ของพนักงานบริการที่จะสามารถอธิบายและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้ปัจจัยโดยทั่วไปที่ควรคำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์เครื่องมือ โดยเฉพาะเครื่องมือไฟฟ้าต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้นั้นควรคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (อาไฟ ชีแฮน, 2547, น. 33-34)

1) ความน่าเชื่อถือ ก่อนทำการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ควรมีการตรวจสอบหน่วยงานหรือบริษัทที่ทำการผลิต หรือเป็นตัวแทนจัดจำหน่าย ว่ามีความน่าเชื่อถือและมีความมั่นคงของบริษัทมากน้อยแค่ไหน ศึกษาเงื่อนไขในการจัดจำหน่าย เช่น ระยะเวลารับประกัน หรือหากเครื่องชำรุดหรือเสียหายมีนโยบายการจัดการอย่างไร

2) การฝึกอบรม ผู้ประกอบการควรสอบถามบริษัทที่ตนซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ถึงคู่มือการใช้งาน และบริการการฝึกอบรมด้านการใช้งาน การบำรุงรักษา ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ และเครื่องมือแต่ละชนิดถึงแม้จะมีคุณสมบัติคล้ายกัน แต่กระบวนการใช้งานอาจแตกต่างกัน บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรืออุปกรณ์ที่ดีควรจัดการอบรมให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้อาจใช้สถานที่ในบริษัทหรือโรงแรมเพื่อเชิญลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ หรืออุปกรณ์ประเภทเดียวกันมาอบรม

ระยะเวลาในการอบรมต้องมีความเหมาะสมกับเนื้อหา ทั้งนี้เพื่อเป็นการแนะนำรายละเอียด และเทคนิคการใช้งานผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นบริการเสริมให้แก่ลูกค้าอีกด้วย ผู้ประกอบการควรเข้าร่วมการอบรม พร้อมทั้งมอบหมายให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องเข้าอบรมเพื่อนำความรู้ที่ได้มาปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคลากรอื่นในหน่วยงาน

3) การให้บริการก่อนและหลังการขาย นอกเหนือจากชื่อเสียงและการฝึกอบรมของบริษัทที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือ บริษัทที่จำหน่ายวัสดุอุปกรณ์แล้ว ผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงลักษณะการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขายของบริษัทนั้น ๆ ด้วย เช่น พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ หรือคำแนะนำหรือไม่ ให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างไร ทางบริษัทมีนโยบายการให้บริการอย่างไรภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับสินค้าแล้วอย่างไร เช่น การรับประกัน การจัดส่ง การแลกเปลี่ยน ตลอดจนความยากง่ายในการติดต่อ

4. กระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการในสปาคือกระบวนการตั้งแต่ก่อนลูกค้าเข้าใช้บริการจนกระทั่งลูกค้าออกจากร้าน พนักงานสปามีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมทางตรง เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานบริการ และทางอ้อม เช่น พนักงานทำความสะอาด พนักงานดูแลความปลอดภัย เป็นต้น ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการล้วนต้องเกี่ยวข้องกับพนักงานทั้งสิ้น ดังนั้นจึงจะกล่าวในบทต่อไปซึ่งเป็นเรื่องบุคลากรและหน้าที่ของบุคลากรในสปา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งธุรกิจสปา

ผู้สนใจลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจสปา ควรศึกษารายละเอียด กระบวนการ ขั้นตอนรวมถึงการสอบถามจากหน่วยราชการว่าพื้นที่ที่ต้องการลงทุนนั้นมีข้อจำกัด และข้อห้ามในการก่อสร้างหรือไม่ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยทั่วไปหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจสปาได้แก่ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549, น. 96-106)

1. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ โดยการจดทะเบียนมี 2 ประเภท ได้แก่ การจดทะเบียนพาณิชย์ประเภทบุคคลธรรมดา และการจดทะเบียนพาณิชย์ประเภทนิติบุคคล บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล พื้นที่กรุงเทพสามารถติดต่อยื่นขอจดทะเบียนได้ที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือสำนักงานบริการจดทะเบียนธุรกิจ 1-7 ส่วนพื้นที่ต่างจังหวัดยื่นคำขอได้ที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดนั้น ๆ

2. กรมสรรพกร ผู้ประกอบการต้องขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี เพื่อใช้ในการเสียภาษี โดยเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครสามารถยื่นคำร้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ หรือสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (เขต) ที่ผู้ยื่นคำร้องมีภูมิลำเนา หรือสำนักงานใหญ่ ส่วนพื้นที่ต่างจังหวัดสามารถยื่นที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ (จังหวัด) หรือสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (อำเภอ) ที่ผู้ยื่นมีภูมิลำเนา หรือสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่

3. กรมสรรพสามิต ผู้ประกอบการต้องติดต่อขอชำระภาษีจากกรมสรรพสามิต (สถานที่บริการประเภทอาบน้ำ หรืออบตัวและนวด ในสถานบริการเสริมความงามหรือเพื่อสุขภาพ)

4. กระทรวงสาธารณสุข สำหรับสถานประกอบการที่การนวดเพื่อบำบัดวินิจฉัยโรค หรือฟื้นฟูสมรรถภาพ ผู้หมวดขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาต จากคณะกรรมการวิชาชีพ และต้องปฏิบัติงานในสถานพยาบาลที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ส่วนผู้หมวดเพื่อผ่อนคลายไม่จำเป็นต้องขึ้นทะเบียน ในพื้นที่กรุงเทพมหานครผู้ประกอบการยื่นคำขอได้ที่กองการประกอบโรคศิลปะ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ส่วนพื้นที่ต่างจังหวัดสามารถยื่นคำขอได้ที่สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ทั้งนี้หน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุขที่รับผิดชอบโดยตรงกับธุรกิจสปา คือ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ หรือสำนักส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพ กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และองค์กรเภสัชกรรม

5. สำนักงานประกันสังคม สถานประกอบการที่มีลูกจ้างตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ต้องขึ้นทะเบียนนายจ้างภายใน 30 วัน โดยติดต่อที่สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ หรือสำนักงานประกันสังคม

6. หน่วยงานท้องถิ่น ภายใน 30 วันหลังจดทะเบียนพาณิชย์ สถานประกอบการต้องจัดให้มีป้ายชื่อหน้าสำนักงาน โดยเปิดเผย พื้นที่กรุงเทพมหานครให้ยื่นคำร้องได้ที่สำนักงานเขตที่ป้ายนั้นตั้งอยู่ ส่วนต่างจังหวัด ยื่นคำร้องที่สำนักงานเทศบาล หรือสุขาภิบาล หรือองค์การบริหารส่วนตำบล



ภาพที่ 6.13 แนวทางการยื่นขอใบอนุญาตประกอบกิจการ ตาม พ.ร.บ. สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559
ที่มา: กรมสนับสนุนบริการเพื่อสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบธุรกิจสปาได้แก่ (ราณี อธิชัย สกฤต และคณะ, 2556, น.39-41)

1. สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

มีหน้าที่รับผิดชอบคือพัฒนาคุณภาพสถานประกอบการสปาไทยให้ได้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด สถานประกอบการจะได้ใบรับรองที่มีเครื่องหมายมาตรฐานสปา ระดับโลก (Thai World Class Spa) มี 3 ระดับ ได้แก่ ระดับแพลตตินัม (Platinum) หรือสปาประดับ 5 ดาว หรรุหรา ระดับ โกลด์ (Gold) และระดับ ซิลเวอร์ (Silver) โดยใบรับรองจะมีอายุ 3 ปี การตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสถานประกอบการว่าผ่านการตรวจสอบและขึ้นทะเบียนจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยามาตรฐานสากลหรือไม่ นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุขยังมีหน้าที่จัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

2. กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาวิชาการ ส่งเสริมและคุ้มครองภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย เพื่อสนับสนุนสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพเพื่อรองรับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3. กรมอนามัย

มีหน้าที่รับผิดชอบตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ในการให้คำแนะนำต่อราชการส่วนท้องถิ่นสำหรับออกกำหนดท้องถิ่นในการดูแลกิจการสปาเพื่อสุขภาพทั่วไป

ประเภทภายในโรงแรมหรือรีสอร์ท และประเภทบริการเฉพาะตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 รวมถึงกฎกระทรวงสาธารณสุขเพื่อบังคับใช้กับราชการส่วนท้องถิ่นเป็นการทั่วไปทุกท้องถิ่น หรือเฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง

4. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน

มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริม และพัฒนาหลักสูตรเพื่อใช้พัฒนาพนักงานนวดในธุรกิจสปา รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายและใบอนุญาตประกอบอาชีพในต่างประเทศ

5. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลกิจการสปาเพื่อสุขภาพประเภทสถานพยาบาลตามพระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 สำหรับระดับจังหวัด

6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

มีหน้าที่รับผิดชอบในการเผยแพร่ความรู้ในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

7. กรมส่งเสริมการส่งออก

มีหน้าที่รับผิดชอบในการผลักดัน สนับสนุนการเปิดธุรกิจสปาในโรงแรมต่างประเทศ

8. กระทรวงมหาดไทย

มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบมาตรฐานสถานประกอบการธุรกิจตามพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2509 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติมครั้งที่ 4) พ.ศ. 2546 มาตรา 3(3) (ก) และ (ข)

9. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ผลักดันและสนับสนุนการขยายตลาดการค้าการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมาย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ จัดสร้างเครือข่าย การร่วมทุน การเปิดแฟรนไชส์และสร้างแบรนด์ เป็นต้น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศทั้งการสร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้เกิดการกระจายผลประโยชน์อย่างต่อเนื่องทั้งจากธุรกิจสปาโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา มีดังนี้ (ภาสกร จันทน์พะยอม และคณะ, 2556, น. 19-21)

1. ธุรกิจสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สปา อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15-20 มาโดยต่อเนื่อง และมีมูลค่าตลาดประมาณ 48,000 ล้านบาท สมุนไพรไทยมีบทบาทอย่างมากในสปา โดยใช้เป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ โดยมีทั้งแบบสดและแห้ง ซึ่งผ่านการ

แปรรูปและประยุกต์เพื่อให้เข้ากับเอกลักษณ์เฉพาะตัว และศาสตร์สัมผัสแบบไทย ตัวอย่างสมุนไพรที่นำมาใช้ในสปาได้แก่ ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวกายและผิวหน้า ลูกประคบ เครื่องดื่มสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

ทั้งนี้อุตสาหกรรมสมุนไพรมีความสำคัญในการสร้างความโดดเด่นและอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้แก่ธุรกิจสปาไทย และสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าได้แตกต่างจากสปาจากประเทศอื่นๆ ปัจจุบันมีสถาบันอบรมการทำผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้สมุนไพรไทย เช่น หลักสูตรที่จัดโดย ฝ่ายฝึกอบรม สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, ม.ป.ป, ออนไลน์)

2. ธุรกิจสถาบันอบรมและพัฒนาบุคลากร และบริษัทที่ปรึกษาการดำเนินธุรกิจสปา ทั้งนี้ผู้ประกอบการสปาสามารถทำธุรกิจดังกล่าวโดยเป็นธุรกิจเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ ปี 2558 มีหน่วยงานราชการและเอกชนที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขอนุญาตให้สอนนวดและสปาไทย จำนวน 238 แห่ง มีต่างชาติที่สนใจร่วมฝึกอบรมทั้งสิ้น 10 ราย (สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558, น. 1)

3. ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และ โรงพยาบาล เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาอย่างใกล้ชิด ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันคือชาวต่างชาติ ธุรกิจเหล่านี้มักลงทุนร่วมหรือร่วมมือกับธุรกิจสปาเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการตลาดต่อชาวต่างชาติ สังเกตได้จากสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม หรือโรงพยาบาลใดที่มีสปาจะช่วยยกระดับ และสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่สถานที่นั้น ร้อยละ 50 ของการจองแพ็คเกจทัวร์ หรือจองห้องพักของโรงแรม จะมีบริการสปารวมอยู่ด้วย

4. ธุรกิจซักกรีด ทำความสะอาดผ้า เนื่องจากการดำเนินการในธุรกิจสปาจำเป็นต้องใช้ผ้าหลายชนิด และจำนวนมาก เช่น ผ้าปูเตียง ผ้าเช็ดตัว ผ้าคลุม เครื่องแบบลูกค้า และเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย ดังนั้นการทำความสะอาดเครื่องใช้ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงผ้าทุกชนิดเป็นเรื่องสำคัญ ทำให้ธุรกิจซัก อบ รีดจึงมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา

ธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้นจัดว่าเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาโดยตรง นอกจากนี้แล้วยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องในทางอ้อม และเป็นธุรกิจสนับสนุนให้การดำเนินงานในสปาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจอุปกรณ์เครื่องใช้ในสปา ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ เป็นต้น ธุรกิจทั้งหมดนี้ถือว่ามีส่วนในการสร้างรายได้ และสร้างงานให้แก่ประชากร โดยในปี พ.ศ. 2558 มีการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสปามากกว่า 400,000 คน (สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558, น. 1)

บทสรุป

เนื่องจากกระแสความใส่ใจในสุขภาพกำลังขยายตัวในสังคมปัจจุบัน เป็นเหตุให้มีผู้ลงทุนในธุรกิจสปาเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว ดังนั้นผู้สนใจลงทุนในธุรกิจสปาควรมีการสำรวจความพร้อมเบื้องต้นว่าตนมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจสปาหรือไม่ เพราะธุรกิจดังกล่าวนอกจากต้องใช้เงินลงทุนจำนวนหนึ่งแล้วยังต้องมีความรู้ ประสบการณ์และความสนใจในเรื่องสุขภาพและความงามอีกด้วย รวมถึงการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม การแบ่งสรรพื้นที่เพื่อให้บริการ และการออกแบบตกแต่งที่สร้างความผ่อนคลายให้แก่ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 และรูปแบบการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้การติดต่อกับหน่วยงานราชการต่างๆ ทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและหน่วยงานที่สนับสนุนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

คำถามทบทวน

1. ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผู้ต้องการลงทุนในธุรกิจสปาข้อใดสำคัญที่สุด เพราะเหตุใด
2. เพราะเหตุใดผู้ลงทุนในธุรกิจสปาควรมีความสนใจด้านสุขภาพและความงาม
3. การแบ่งกลุ่มลูกค้าสปาตามช่วงอายุมีข้อดีอย่างไร
4. ปัจจัยที่เหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจสปามีอะไรบ้าง
5. จงบอกความสำคัญของการออกแบบและตกแต่งสปา
6. จงบอกลักษณะของการออกแบบตกแต่งห้องทรีตเมนต์ที่ต้องใช้น้ำในการให้บริการ
7. จงอธิบายลักษณะการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์
8. เพราะเหตุใดพนักงานบำบัดจึงควรมีคุณลักษณะของการเป็นนักขายด้วย
9. จงอธิบายขั้นตอนการยื่นเรื่องเพื่อดำเนินการธุรกิจสปา
10. จงยกตัวอย่างหน่วยงานที่ทำหน้าที่ผลักดันธุรกิจสปาไทย

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาชลา ธาตุโลหะ. (2550). **ธุรกิจสปาในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทปราณดี คอร์ปอเรชั่น จำกัด**. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรินทร์ ตันตกิจศิริวงศ์. (2546). **Spa I Do คู่มือการทำธุรกิจสปา**. กรุงเทพฯ: Khum Thong Industry & Printing Co., Ltd.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, นิตพันธ์ คณะวรรณ และธีรพล แซ่ตั้ง. (2546). **IRM:CRM การตลาดมุ่งสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธิญาดา วรรัตน์. (2552). **สู่ทางรวยด้วยธุรกิจสปา คู่มือเปิดร้านสปาแบบมืออาชีพตัวจริง**. กรุงเทพฯ: Dream & Passion Publishing.
- ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ. (2549). **โครงการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่**. กรุงเทพฯ: สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และนภัสสร สุวรรณประกร. (2548). **อุตสาหกรรมสปาในจังหวัดเชียงใหม่**. กรุงเทพฯ: สำนักกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ราณี อิศัยสกุลและคณะ. (2556). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาสปาไทยเพื่อส่งเสริมให้เป็นสถาบันฝึกอบรมสปาในระดับภูมิภาคอาเซียน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED). (2552). **สร้างกำไรให้ธุรกิจสปา ต้องทราบวิธีใช้ข้อมูลการเงิน**. กรุงเทพฯ: บริษัท เจเอสที พับลิชชิ่ง จำกัด.
- _____. (2547). **เดย์สปา...ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ**. ปทุมธานี: P2 Design & Print Co., Ltd.
- _____. (2549). **ธุรกิจสปา**. ปทุมธานี: บริษัทเจเอสที พับลิชชิ่ง จำกัด.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED). (2552). **สร้างกำไรให้ธุรกิจสปา ต้องทราบวิธีใช้ข้อมูลการเงิน**. ปทุมธานี: บริษัทเจเอสที พับลิชชิ่ง จำกัด.
- อำไพ ซีแสม. (2547). **Spa Management การบริหารธุรกิจสปา**. เชียงใหม่: สถาบันออกแบบผสมอำไพ แอนด์ บิวตี้สปา.
- D'Angelo J.M. (2006). **Spa Business Strategies: A Plan for Success**. New York: Thomson Delmar Learning.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (ม.ป.ป). **คู่มือธุรกิจสปา**. สืบค้นเมื่อ กันยายน, 17, จาก

http://hss.moph.go.th/fileupload_doc_slider/2016-12-08--438.pdf

สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2558). **ธุรกิจสปาไทย**.

สืบค้นเมื่อ มกราคม 22, 2558, จาก

http://www.ditp.go.th/contents_attach/143532/143532.pdf.

Hilton Hotels and Resort. (2012). **Blue Paper: Emerging Global Spa Trend July 2012**.

สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 24, 2558, จาก

http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/emerging_global_spa_trends_hilton.pdf.