



บทที่ 4

สถานการณ์และการบริหารจัดการ ธุรกิจสปา

SPA BUSINESS MANAGEMENT

ธุรกิจสปาไทยติด Top 5 ของเอเชีย

Economic Intelligence Center (EIC) ธนาคาร
ไทยพาณิชย์เปิดเผยข้อมูลการศึกษาของ

Global Wellness Institute(GWI)

มีแนวโน้มจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดจากตลาดท่องเที่ยว และ
ปัจจัยคนต้องการความผ่อนคลายและบำบัดตัวเอง



ตลาดธุรกิจสปาทั่วโลก
เติบโตต่อเนื่อง 6% ต่อปี มูลค่าอยู่ที่ 1.69 แสนล้าน
เหรียญสหรัฐ
หรือราว 5.4 ล้านล้านบาท

ปี 2015-2020

ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
(Wellness Tourism)
ขยายตัว 27 ล้านล้านบาท

อุตสาหกรรมสปาประเทศไทย
มีมูลค่าประมาณ 31,000 ล้านบาท
(จากผู้ประกอบการที่มีใบรับรองจากระทรวงสาธารณสุข
1600 ราย)

ปี 2558

ตลาดสปาและนวดของไทย
มีมูลค่าราว 3.5 หมื่นล้านบาท อัตราการเติบโตเฉลี่ย 8%

ปี 2563



ธุรกิจสปาในประเทศไทย



อันดับ 16 จากทั่วโลก

อันดับที่ 5 ของเอเชีย รองจากจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดีย

ธุรกิจสปาในประเทศไทยส่วนใหญ่มิ 3 แบบ

Day Spa

เป็นการให้บริการในระยะเวลาสั้นๆไม่เกิน 3 ชั่วโมง มักจะเปิดในพื้นที่ชุมชน ห้างสรรพสินค้าและแหล่งที่ผู้คนพลุกพล่าน ส่วนใหญ่เป็นบริการทรีตเมนต์

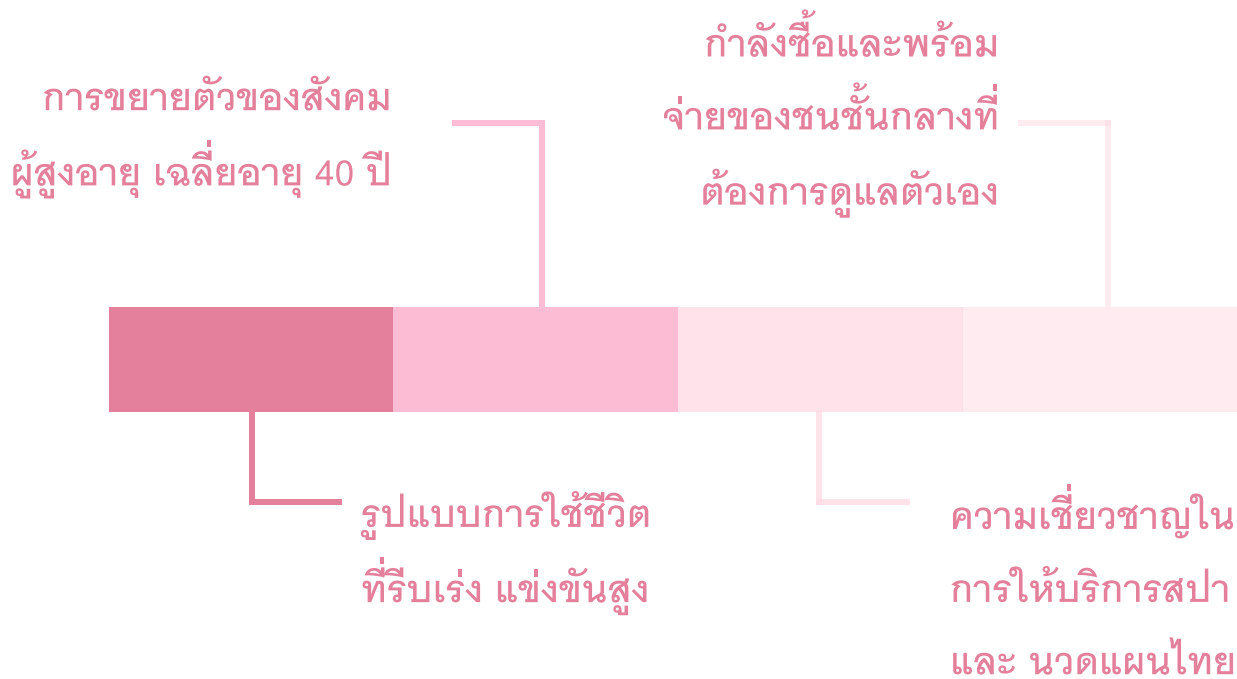
Destination Spa

บริการแบบครบวงจร เป็นคอร์สตั้งแต่ 3-28 วัน โดยจะออกแบบบริการให้สอดคล้องกับความต้องการสุขภาพที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้า มักจะเปิดบริการในพื้นที่ธรรมชาติที่มีทัศนียภาพสวยงาม

Hotel Spa

เป็นการให้บริการสปาภายในโรงแรม ซึ่งถือว่ามีศักยภาพสูง เนื่องจากเป็นการสร้างรายได้เพิ่มจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักอาศัย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสปาเติบโตแม้เจอโควิด-19



ปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ธุรกิจสปาโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

แนวโน้มพฤติกรรมของ
คนที่ใส่ใจเรื่องความ
สะอาดและสุขภาพเพิ่ม
มากขึ้นกว่าเดิม

ประเทศไทยเตรียมความพร้อม
เป็นศูนย์กลางการรักษาและ
ดูแลสุขภาพ **Medical and
Wellness** ของเอเชีย

ประเทศไทยจะพัฒนาเป็นจุดหมาย
ระดับแนวหน้าของการท่องเที่ยวเพื่อ
สุขภาพของโลก
(Thailand Wellness Tourism)

ประเทศไทยเป็นที่ยอมรับด้าน
บริการสุขภาพในระดับ **World
Class** ได้รับการรับรอง
คุณภาพและบริการโดย
มาตรฐานสากล

เป็นโอกาสให้เจ้าของธุรกิจสปาอีก
หลายสถานประกอบการต้อง
พัฒนา ยกระดับมาตรฐานของ
ร้านสปา และมีใบอนุญาตในการ
ประกอบธุรกิจตามกฎหมายอย่าง
ถูกต้องทุกกิจการ

การสร้างมาตรฐานธุรกิจ
ร้านสปาเพื่อเข้าสู่
**Amazing Thailand Safety
& Health Administration :
SHA**

ปัจจัยที่เกื้อหนุนให้ธุรกิจสปาโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีการนำภูมิปัญญาตาม
แนวทางและศาสตร์ในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมมาใช้เป็นส่วน
หนึ่งในการบริการทางสุขภาพ ส่งผลให้การบริการเชิง
สุขภาพของประเทศไทยมีความหลากหลายและมีความโดดเด่น
จนเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวสุขภาพ
ทั่วโลก

สปาไทยมีเอกลักษณ์ในการใช้ภูมิปัญญาไทย มีอรรถยาศัย
ไมตรี และการบริการที่เอาใจใส่ของคนไทย

ความสำเร็จ 10 ประการของผู้ประกอบการธุรกิจสปา (Spa Entrepreneuers)

1. กระหายสู่ความสำเร็จ (Need for Achievement)

2. มีลักษณะนิสัยชอบเสี่ยง (Risk Taking)

3. คิดอย่างสร้างสรรค์ และ สร้างฝันให้ยิ่งใหญ่ (To Walk again)

4. ยึดมั่นไม่ย่อท้อ ไม่ล้มเลิกอะไรง่าย ๆ ผู้ที่แข็งแกร่งเท่านั้นจึงจะเป็นผู้อยู่รอด

5. เชื่อมั่นในตนเอง

6. มีความสามารถในการตัดสินใจ มีสัญชาตญาณหนึ่งที่บ่งบอกว่าเมื่อใดควรตัดสินใจและเมื่อใดไม่ควรตัดสินใจโดยเฉพาะการตัดสินใจในภาวะวิกฤติ

ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ

7. กล้าเปลี่ยนแปลงถือเป็นโอกาส การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องปกติ

8. อดทนต่อความไม่แน่นอน

9. มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้า คิดดี คิดริเริ่มในสถานการณ์ที่บุคคลอื่นไม่สามารถทำได้ คนที่จะเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสได้ ต้องฉลาดคิดและสร้างสรรค์

10. คุณค่าของเวลามีความสำคัญ เวลาเป็นทรัพย์สินอันมีค่า จงใช้มันให้เกิดประโยชน์อันสูงสุด

นิยามของการบริหาร

การบริหาร

คือ ศิลปะในการทำให้สิ่งต่าง ๆ ได้รับการกระทำจนเป็นผลสำเร็จ กล่าวคือ **ผู้บริหารไม่ใช่เป็นผู้ปฏิบัติ** แต่เป็นผู้ใช้ศิลปะทำให้**ผู้ปฏิบัติทำงานจนสำเร็จตาม** จุดมุ่งหมายที่**ผู้บริหารตัดสินใจเลือกแล้ว**

คือ **กระบวนการทำงานร่วมกับผู้อื่น** เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

คือ การทำงานของคณะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่**ร่วมปฏิบัติ**การให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

3 องค์ประกอบของการบริหาร (Management Components)

1. เป้าหมาย (Goal)



3. ลักษณะของการบริหาร
(Management Style)

2. ปัจจัยการบริหาร
(Factor of Management)

1. เป้าหมายทางธุรกิจ (Company Goal/ Mission Statement)

1.1. เป้าหมาย (Goal)

คือ การวางวัตถุประสงค์ที่แน่นอนในการบริหารองค์กร
ผู้บริหารจะต้องมีการกำหนดทิศทางหรือวัตถุประสงค์ของการทำงานไว้อย่างชัดเจน

1.2 วิสัยทัศน์ (Vision)

คือ เป้าหมายขององค์กรในช่วงเวลาระยะกลางถึงระยะยาว
(ประมาณ 3-10 ปี)

โดยส่วนใหญ่ วิสัยทัศน์ จะประกอบไปด้วยหัวข้อต่างๆ 3 หัวข้อ ดังนี้

1. เป้าหมายระยะยาว (Stretch goal) เป้าหมายขององค์กรควรเป็นตำแหน่งขององค์กรที่แตกต่างจากปัจจุบัน แสดงถึงความทะเยอทะยานขององค์กร สิ่งที่เป็นเป้าหมายนั้นควรเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ และเกิดขึ้นได้จริง

2. ตำแหน่งขององค์กรในตลาด (Definition of niche) ตำแหน่งขององค์กรเชิงธุรกิจในตลาดว่าธุรกิจนั้นอยู่ภายในส่วนใดของตลาด และผู้บริโภค

3. ช่วงเวลา (Time horizon) ช่วงเวลาที่เป้าหมายตามวิสัยทัศน์ บรรลุผลสำเร็จ



ความสำคัญของวิสัยทัศน์

1. ช่วยกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กร
2. สื่อสารให้บุคลากรทราบว่า บุคลากรแต่ละท่านมีส่วนร่วมที่จะทำให้องค์กรมุ่งไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างไร
3. ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรมีความตระหนัก ผูกพัน และมุ่งมั่นปฏิบัติ
4. สื่อสารให้องค์กรภายนอกหรือคู่ค้าทางธุรกิจทราบถึงบทบาทและส่วนร่วมในการผลักดัน ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

กระบวนการสร้างวิสัยทัศน์

1. เตรียมการสร้างความรู้ความเข้าใจ ความสำคัญ และวิธีการจัดทำวิสัยทัศน์
2. ขั้นตอนในการสร้างวิสัยทัศน์
 - 2.1 รวบรวมข้อมูลพื้นฐานขององค์กร เช่น เป้าหมาย พันธกิจ ความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าและคู่ค้า
 - 2.2 วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร เพื่อให้ผู้บริหารเข้าใจและทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร
 - 2.3 นำมุมมองของผู้บริหารแต่ละท่านมารวมและเชื่อมโยงกัน (Share and Relate the Dreams) และจัดลำดับความสำคัญ
 - 2.4 คัดเลือกและตัดสินใจอนาคตขององค์กรที่เป็นความฝันของทีมผู้บริหาร
 - 2.5 ทบทวนประโยคและสำนวนให้สื่อความหมายที่ชัดเจน ปลูกเร้า ทำท้าย และสร้างพลัง

3. ช้ันนำวิสัยทัศน์ไปปฏิบัติ

สื่อสารให้บุคลากรได้รับทราบและเข้าใจตรงกัน มีภาพในอนาคตที่เหมือนกัน

4. ช้ันประเมินวิสัยทัศน์

ทบทวนความเหมาะสมของวิสัยทัศน์ตามลักษณะของสภาพแวดล้อมภายนอกและสถานภาพในปัจจุบันขององค์กร

ตัวอย่างของวิสัยทัศน์

เป็นผู้เชี่ยวชาญหนึ่งในสี่ของธุรกิจภายใน 5 ปี

มีลูกค้าประเภท online ภายในปี 2000



Amazon - *"Our [Amazon's] vision is to be earth's most customer centric company; to build a place where people can come to find and discover anything they might want to buy online."*

Amazon จะเป็นบริษัทที่ยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก
จะสร้างพื้นที่ที่ทำให้ผู้คนเข้ามาหาสินค้าทุกสิ่งที่ต้องการจะซื้อบนโลกออนไลน์



SCG - *"Our vision is that by the year 2015. SCG will be well recognized as an innovative workplace of choice, and a role model in corporate governance and sustainable development."*

ภายในปี 2015 บริษัทปูนซีเมนต์ไทยจะเป็นสถานที่ทำงานที่เน้นการสร้างนวัตกรรม
รวมถึงเป็นต้นแบบการบริหารแบบธรรมาภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบของการบริหาร (Management Component)

พันธกิจ (Mission Statement) คือ

ความมุ่งหมายพื้นฐานในการจัดตั้งขององค์กร ที่จะ
ดำเนินการในระยะยาว หรือเป็นขอบเขตในการ
ดำเนินงาน ขององค์กรหรือบริษัทก็ได้

ดังนั้นพันธกิจจะบ่งบอกว่าธุรกิจขององค์กรคืออะไร อะไร
คือสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็น และบางครั้งอาจจะแสดงสิ่ง
ที่องค์กรกำลังให้บริการแก่ลูกค้าอยู่ทั้งผลิตภัณฑ์และ
บริการ

ข้อความพันธกิจที่ดีควรประกอบด้วย

- ขอบเขตที่องค์กรจะทำ (Domain)
- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะให้บริการ (Customers)
- ผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักขององค์กร (Products or Services)
- สถานที่หรือพื้นที่ที่จะดำเนินการ (Location)
- ข้อความจะต้องสื่อสารถึงพนักงานในปรัชญา (Philosophy) หรือแนวทางในการบริหารขององค์กร เพื่อพนักงานจะได้ดำเนินการ ได้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร

ประเภทของพันธกิจ (Type of Mission)

พันธกิจสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

พันธกิจแบบแคบ (Narrow Mission) เป็นพันธกิจที่จะจำกัดขอบเขตการดำเนินงานของบริษัทบนพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และตลาดสินค้า การวางพันธกิจ แบบนี้จะเป็นในองค์กรขนาดเล็ก ขอบเขตการทำธุรกิจจำกัดมีข้อเสีย คือ อาจเป็นการจำกัดการเติบโตขององค์กรเอง

พันธกิจแบบกว้าง (Broad Mission) เป็นพันธกิจที่ขยายขอบเขตการดำเนินงานไปสู่ผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และตลาดสินค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้โอกาสที่องค์กรจะเติบโตมีสูง แต่ข้อเสียบางครั้งอาจจะกว้างเกินไปจนลูกค้าหรือแม้แต่พนักงานเกิดความสับสน

องค์ประกอบของการบริหาร (Management Component)

ตัวอย่างของพันธกิจ

1. องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

“ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยบริการที่มีคุณภาพและเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าเพื่อให้ลูกค้าเลือกใช้บริการจากเราเป็นอันดับแรก ส่งเสริมการลดความเหลื่อมล้ำของการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศให้สิ่งที่เหมาะสมแก่สังคมและรักษาสิ่งแวดล้อม ให้ผลตอบแทนอย่างเหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้นและสร้างเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานแก่พนักงาน หาพันธมิตรเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจระหว่างประเทศ” (ข้อมูลจาก: Website ของ องค์การโทรศัพท์)



Nike - "To Bring Inspiration and innovation to every athlete in the world."

ไนกี้ - "ส่งแรงบันดาลใจและนวัตกรรมใหม่สู่นักกีฬาทั่วโลก"



Google Inc. - "To organize the world's information and make it universally accessible and useful."

กูเกิล - "จัดการข้อมูลของโลกและทำให้ทุกคนเข้าถึงได้และเป็นประโยชน์"



MK Restaurant - "To be an excellent restaurant operator that offers healthy and delicious food to customers"

เอ็มเค - "เป็นร้านอาหารที่ดีที่ทำอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีรสชาติที่ดี"



Red Bull - "To spread our wings over the world"

กระทิงแดง - "กางปีกออกให้ครอบคลุมทั้งโลก!"



องค์ประกอบของการบริหาร (Management Component)

2. ปัจจัยในการบริหาร (Factor of Management)

โดยทั่วไปแล้วปัจจัยในการบริหารที่เป็นพื้นฐานมี 5 ประการ คือ

2.1 คน (Men)

การบริหารกำลังคน จะใช้คนอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพ และ
ประสิทธิผลกับงานให้มากที่สุด

2.2 เงิน (Money)

การบริหารเงิน จะจัดสรรเงินอย่างไรให้ใช้จ่ายต้นทุนน้อยที่สุดและ
ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล



องค์ประกอบของการบริหาร (Management Component)

2.3 วัสดุ (Material) การบริหารวัสดุในการดำเนินงาน ว่าจะทำอย่างไรให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด หรือเกิดประโยชน์สูงสุด

2.4 เทคนิควิธี (Method) จะใช้เทคนิควิธีการแบบใด ที่สามารถสนับสนุนให้การบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 เครื่องมือ (Machine) ในการบริหารงาน จะใช้เครื่องมือ เครื่องจักรประเภทใด ขนาดใดหรือแบบใดที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการบริหารงาน

องค์ประกอบของการบริหาร (Management Component)

3. ลักษณะของการบริหาร(Management Style)

การบริหารเป็นทั้งศาสตร์และทั้งศิลป์ที่ผู้บริหารจะต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร จนมีคำกล่าวที่ว่า

“ที่ใดมีผู้นำที่ดี ที่นั่นก็จะมีความสำเร็จ”



รูปแบบการบริหารงาน

1. การบริหารงานแบบสั่งการ (Top-Down Management)

ผู้บริหารเป็นผู้สั่งจากบนลงล่าง (top down) จัดว่าเป็นการบริหารงานแบบเก่า เช่น การสั่งการ(Command), การประสานงาน (Coordination), การติดต่อสื่อสาร (Communication) และการควบคุม (Control)

2. การบริหารงานแบบล่างขึ้นบน (Bottom up)

เปิดโอกาสให้พนักงานที่มีตำแหน่งล่างสุดมีส่วนในการเสนอแนะว่าจะปรับปรุงงานอย่างไรพนักงานจะเชื่อและอยากทำสิ่งที่ตัวเองเสนอมากกว่าสิ่งที่ถูกสั่งเป็นวิธีการที่ญี่ปุ่นใช้มาอย่างได้ผล



หลักการบริหารแบบ Bottom up ประกอบไปด้วย

- การมีส่วนร่วม (participation)
- การตรวจสอบ (checking)
- การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)
- การติดต่อสื่อสาร (communication)



รูปแบบการบริหารงาน

การให้พนักงานมีส่วนร่วม (Employee Participation)

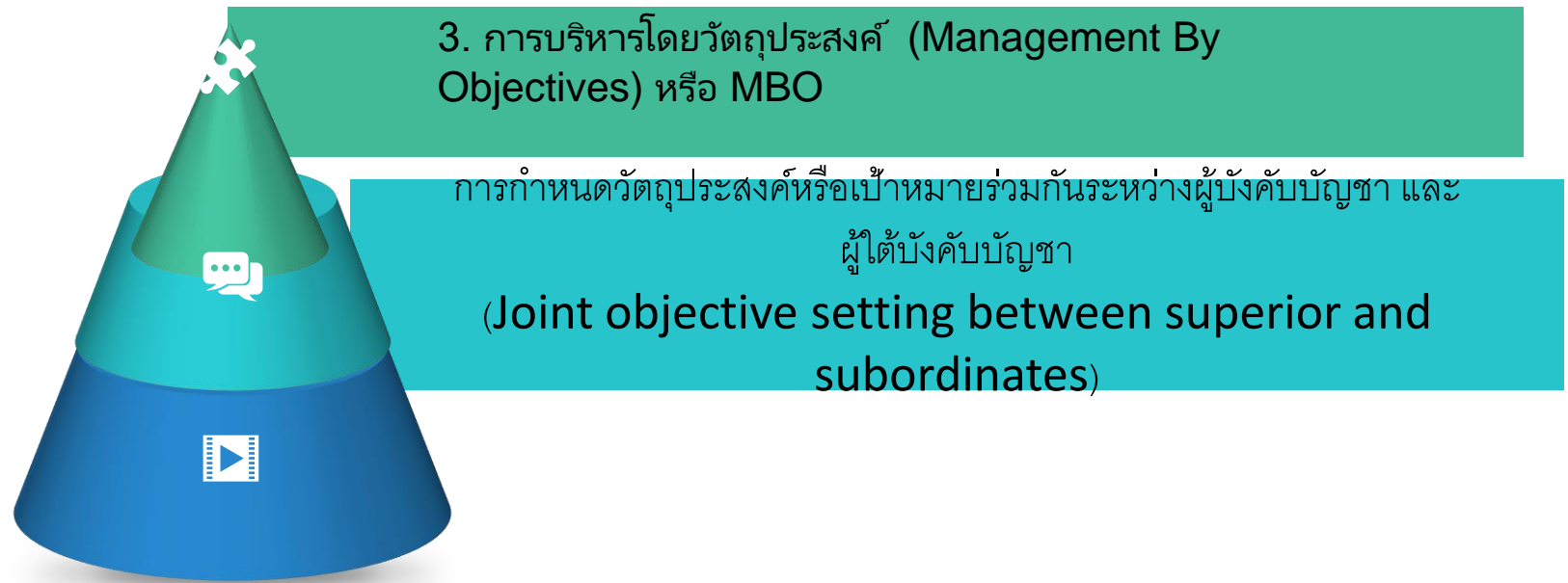
ความหมาย การบริหารแบบมีส่วนร่วมเป็นการลงใจให้ผู้ร่วมปฏิบัติงานในองค์การได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ความรับผิดชอบ และร่วมมือใน องค์การพัฒนาปฏิบัติด้วยความเต็มใจ

แนวความคิดพื้นฐาน(Basic Assumption)

จากทฤษฎีการจูงใจของ Motivation Theory ของมาสโลว์ เชื่อว่ามนุษย์ย่อมมีความต้องการเหมือน ๆ กันตราบใดที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้แล้ว ก็จะเกิดปัญหาความต้องการอยู่เรื่อยไป แต่ถ้าความต้องการได้รับความตอบสนอง ก็จะเลิกสนใจ

มนุษย์ตอบสนองความต้องการแตกต่างกันทางด้านปริมาณ ความต้องการระดับต่ำค่อนข้างมีขอบเขตจำกัด แต่ความต้องการระดับสูงมักจะไม่มีการขีดจำกัด

รูปแบบการบริหารงาน



สิ่งที่สำคัญของการบริหารโดย วัตถุประสงค์คือ ทำให้
ผู้ใต้บังคับบัญชารู้เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการทำงาน
และขณะเดียวกันผู้บังคับบัญชาจะช่วยให้
ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จได้
อย่างไร

กระบวนการของการบริหารโดยวัตถุประสงค์ เป็น
กระบวนการที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันโดยตรง
(Direct Communication) ระหว่างผู้บังคับบัญชาและ
ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันมากที่สุด

การเขียนแผนภูมิองค์กร Organization Chart

แผนภูมิองค์กร หรือผังโครงสร้างองค์กร

คือ

แผนผังที่แสดงถึงกลุ่มตำแหน่งงาน ซึ่งรวมกลุ่มเป็นสาย
การบังคับบัญชา โดยมีการแบ่งกลุ่มแบ่งระดับ
โครงสร้างองค์กรที่มีการจัดขึ้นอย่างถูกต้อง มีการจัด
ตำแหน่งชัดเจน มีสายการบังคับบัญชาที่แน่นอนและ
มีชื่อตำแหน่งระบุไว้

เพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลการจัดการที่เป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น หรืออีกนัยหนึ่ง ผังโครงสร้าง
องค์กรเป็นเครื่องมือ ที่จะช่วยให้เข้าใจโครงสร้างขององค์กร อำนวยการที่ ความ
รับผิดชอบ ตลอดจนสายการบังคับบัญชาในองค์กรนั้นๆ

การเขียนแผนภูมิองค์กร Organization Chart

การเขียนแผนภูมิองค์กรสามารถเขียนได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. แผนภูมิหลัก (Master Chart)

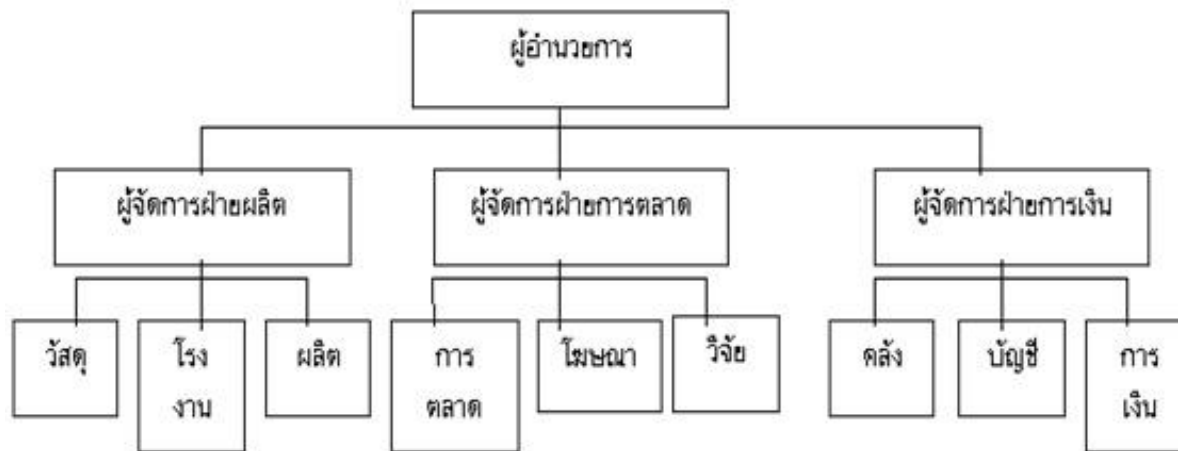
คือ

แผนภูมิที่แสดงโครงสร้างขององค์กรทั้งหมดว่า มีการแบ่งส่วนงานใหญ่ ออกเป็นกี่หน่วย กี่กอง ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกัน เนื่องจากแผนภูมิ ชนิดนี้แสดงสายการบังคับบัญชาลดหลั่นตามลำดับ จึงอาจเรียกได้ว่า "Hierarchical Chart" แบบแผนภูมิหลัก หรือ Master Chart นี้แบ่งออกได้ 3 แบบ คือ

การเขียนแผนภูมิองค์กร Organization Chart

1.1 แบบสายงานปิรามิด (Conventional Chart)

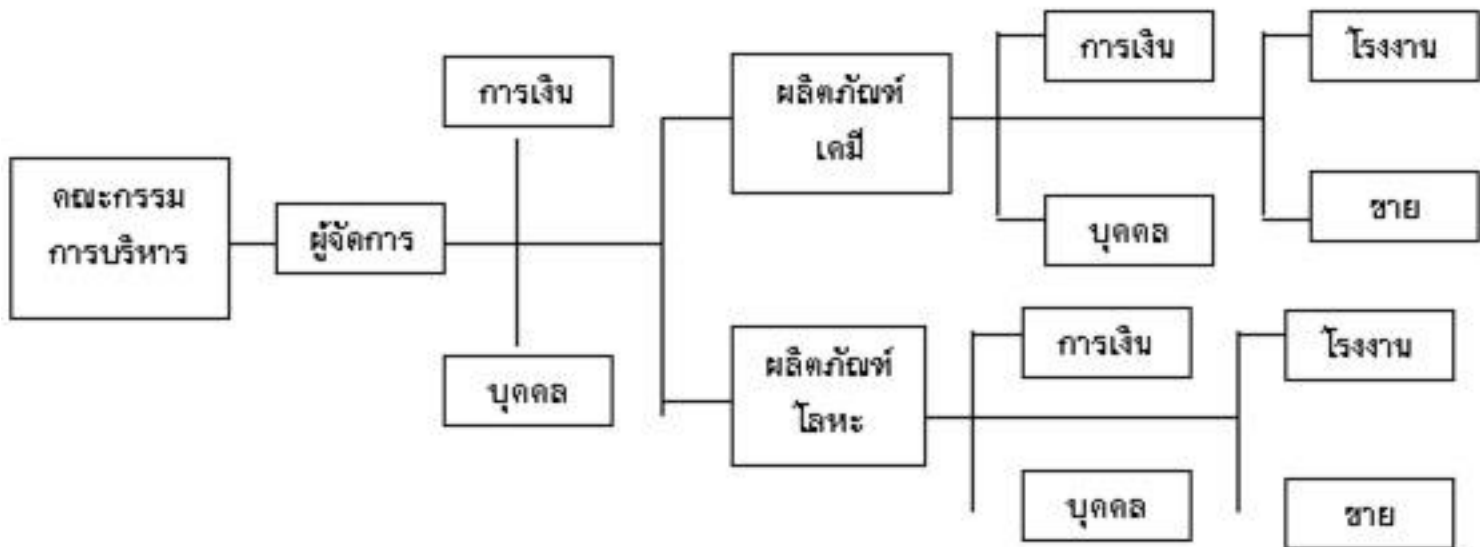
หรือ Line or Military Chart เป็นแบบที่จัดรูปคล้ายกองทัพหรืออาจเรียกได้อีก
อย่างหนึ่งว่า แบบตามแนวตั้ง (Vertical Chart) แผนภูมิลักษณะนี้ได้กำหนดให้
ตำแหน่งสูงสุด เช่น ตำแหน่งผู้อำนวยการหรือผู้จัดการใหญ่อยู่สูงสุด ตำแหน่งรอง
อยู่ต่ำลงมา



แสดงแผนภูมิแบบสายงานปิรามิด

การเขียนแผนภูมิองค์กร Organization Chart

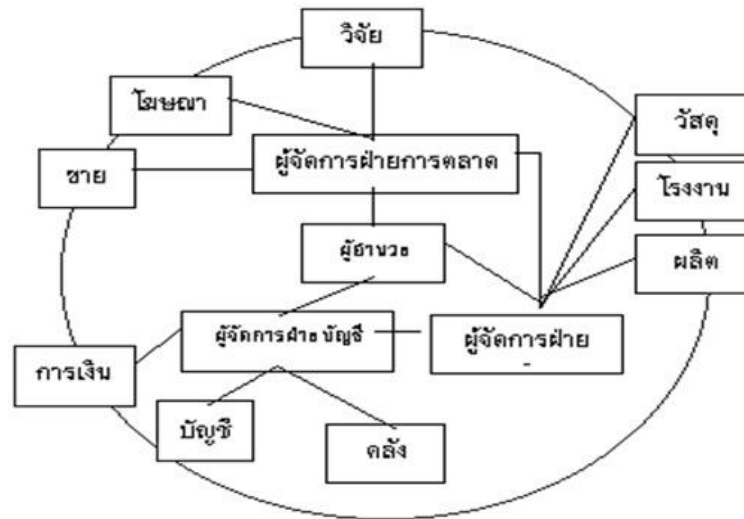
1.2 แบบตามแนวนอน (Horizontal Chart) หรือแบบซ้ายไปขวา (Left to Right Chart) เป็นลักษณะการเขียนแผนภูมิที่แสดงตำแหน่งสูงสุดไว้ทางซ้ายมือ และหน่วยงานระดับรอง ๆ เลื่อนออกไปทางขวามือตามลำดับ



การเขียนแผนภูมิองค์กร Organization Chart

1.3 แบบวงกลม (Circular Chart)

ลักษณะของแผนภูมิชนิดนี้แสดงเป็นวงกลมโดยกำหนดตำแหน่งสูงสุดอยู่ตรงกลาง และตำแหน่งรอง ๆ อยู่ในรัศมีที่ห่างออกๆไปตามลำดับ



แสดงแผนภูมิแบบวงกลม

การเขียนแผนภูมิองค์กร Organization Chart

2. แผนภูมิเสริม (Supplementary Chart)

คือ

แผนภูมิที่แสดงถึงรายละเอียดของหน่วยงานย่อย ๆ ที่แยกจากแผนภูมิหลัก โดยแยกเป็นหน่วยงานย่อยว่ามีลักษณะหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไร หรือแสดงขอบเขตความสัมพันธ์ของงานในหน่วยหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไร หรือแสดงขอบเขตความสัมพันธ์ของงานในหน่วยหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นภายในแผนกเดียวกัน หรือเกี่ยวโยงไปยังแผนกอื่น ๆ



การจัดการบุคลากร

การจัดโครงสร้างองค์กรในสปา จะแตกต่างกันไปตามขนาด แนวคิด รูปแบบในการดำเนินธุรกิจและประเภทของสปา โดยทั่วไป จะมี **ทีมงานตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป**

โดยมีตำแหน่งสำคัญที่สุดคือ **Spa Manager** เป็นผู้ดูแลบริหารจัดการงานในสปาทั้งหมด และอาจมีมือขวาคือ **Assistant Spa Manager** เป็นผู้ช่วยดูแลความเรียบร้อยในการบริการจัดการด้านต่างๆ ทั้งสองคนนี้จะต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการด้านการโรงแรมพอสมควรเพราะเปรียบไปแล้ว สปาคือ งานบริการแบบงานโรงแรมผสมผสานงานพยาบาล ตามมาตรฐานของสภาแต่ละแห่งขึ้นอยู่กับดีกรีของบริการที่นำเสนอว่าจะเน้นไปทางไหนมากกว่ากัน

1.ผู้จัดการสปา (Spa Manager) หรือ Spa Director

เป็นตำแหน่งที่สำคัญต่อกิจการสปาเป็นอย่างมาก เพราะเป็นผู้บริหารและดูแลทุกอย่างแทนเจ้าของกิจการ เปรียบเสมือนเป็น CEO ของสปา ที่จะต้องดูแลทั้งในส่วนของนโยบายหลักๆของสปาวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน กำหนดและควบคุมมาตรฐานในการบริการ และตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ



Spa Manager จะต้องผ่านการสอบเพื่อ
ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุขก่อน
จึงจะสามารถทำหน้าที่นี้ได้

คุณสมบัติของผู้ที่เหมาะสมจะเป็น Spa Manager

1. ควรมีความรู้ ในเรื่องของ สปาไทย วาริบำบัดในแบบต่างๆ
2. ควรมีความรู้ในการบริหารธุรกิจสปาโดยใช้หลัก Marketing Mix
3. มีจรรยาบรรณของผู้ประกอบกิจการสปา รู้จักกฎหมายต่างๆ ของผู้ประกอบการและมาตรฐานการประกอบการธุรกิจสปาที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด และเรื่องสำคัญๆ พื้นฐานในการประกอบธุรกิจสปาเป็นอย่างดี
4. ควรมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับที่ดี

คุณสมบัติอื่นๆ

มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี และควรมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย
มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประกาศนียบัตรในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ
หรือสาขาที่รับรอง

ผ่านการประเมินความรู้ ความสามารถ ตามที่คณะกรรมการกำหนด
ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับ
ความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ
ไม่เป็นโรคต้องห้ามดังต่อไปนี้

- . โรคพิษสุราเรื้อรัง
- . โรคติดยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรงโรคจิต ร้ายแรง โรคอื่นในระยะรุนแรงที่
เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการสถานประกอบการ
- . ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
- . ไม่เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเหมือนไร้ความสามารถ

หน้าที่ของผู้จัดการสภา

1. คัดเลือกพนักงาน จัดจ้าง บริหารงานในสภา ดูแลกิจการโดยรวม

เช่น การจัดซื้อสินค้า บริหารสินค้าคงคลัง ประสานงานกับ ซัพพลายเออร์ ดูแลพนักงานในกิจการสภา

2. จัดเตรียมรายงานการเงินต่างๆ ดูปัญชี ดูนงบประมาณ ประจำปี บริหารการเงิน

3. ดูแลนโยบายของกิจการ

4. สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับทีมงาน

5. ประสานงานกับสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ต่างๆ และ วางแผนงานประชาสัมพันธ์



2. หัวหน้าควบคุมดูแล (supervisor)

ทำหน้าที่ควบคุมดูแลพนักงานบริการ(Therapist) และแม่บ้าน (Attendance) จัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และแก้ไขปัญหาในการบริการต่างๆ ควรมีความรู้เรื่องการโรงแรม

3. นักบำบัด (spa Therapist)

ทำหน้าที่จัดเตรียมอุปกรณ์ก่อนให้บริการ และให้บริการ ทรีตเมนต์ต่างๆแก่ลูกค้า

เกณฑ์การคัดเลือกนักบำบัด (Therapist) ที่ดี

1. Good Human skill

นักบำบัดที่ดีจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีทักษะในการสื่อสารในทางบวก มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

2. Personal Hygiene

นักบำบัดต้องมีสุขนิสัยที่ดี มีสุขอนามัยส่วนตัวที่ดี ดูรวมๆ จากภายนอกแล้วต้องสะอาด มีอนามัย ไม่น่ารังเกียจ เรื่องเล็กน้อยอย่างเช่น กลิ่นตัว กลิ่นปาก ความสะอาดของเล็บมือ เล็บเท้า ชุดที่สวมใส่ สุขภาพกายผิวพรรณต้องดีน่าอยู่ใกล้

3. ต้องมีเสถียรภาพทางอารมณ์

อารมณ์ไม่แปรปรวน โกรธง่าย หงุดหงิด ฉุนเฉียว หดหู่ง่าย

4. ต้องมีประสบการณ์

ความรู้ความสามารถในการให้บริการในกรณีที่เป็นพนักงานนวด ต้องผ่านการอบรมการนวดมาอย่างถูกต้องตามหลักการนวดแผนต่าง ๆ

การทำงานของนักรักษาบำบัดต้องใกล้ชิดกับลูกค้ามาก จึงต้องเป็นคนที่ลูกค้ารู้สึกสบายใจพอที่จะมาใช้บริการรายละเอียดปลีกย่อยเหล่านี้จึงเป็นเรื่องสำคัญมาก



4. ผู้ควบคุมและฝึกสอนพนักงาน (Controller & Trainer)
ทำหน้าที่วางแผนและจัดหาผลิตภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ ดูแล
รักษาเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ คอยควบคุมการเบิกของและ
อุปกรณ์ไปใช้ในการทำทรีตเมนต์ รวมถึงการจัดฝึกอบรม
พนักงานทั้งในและนอกสถานที่

5. ผู้ควบคุมสินค้า (Product Storage)
ทำหน้าที่จัดหาและสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ใช้ในสปา
รวมถึงการดูแลและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ต่างๆ



6. พนักงานต้อนรับ (Guest Operation)

มีหน้าที่ดูแล ติดต่อ ประสานงานกับลูกค้าที่มาใช้บริการและบุคคลภายนอก เช่น

1. ดูแลต้อนรับลูกค้าและคอยแนะนำบริการต่างๆ
2. ตอบคำถามและให้ความเข้าใจในเรื่องของบริการในสปา
3. ทำ job order ส่งให้ Spa Therapist เพื่อนำไปเบิกอุปกรณ์ที่ใช้ทำทรีตเมนต์ จาก Controller ในแต่ละครั้ง
4. พาลูกค้าไปส่งที่ห้องทำทรีตเมนต์ อีกทั้งยังต้องคอยดูแลความเรียบร้อยของพื้นที่ Front Desk (ส่วนต้อนรับ) โดยรวมให้สะอาดเรียบร้อย และสวยงาม

7. การตลาดและประชาสัมพันธ์ (Marketing & Public Relation)

ทำหน้าที่วางแผนงานการตลาดและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เช่น กำหนดราคาขาย วางแผนและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ดูแลเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการประสานงานกับสื่อมวลชน

OCEAN DRIVE

STYLE YOU'VE EVEN BETTER



ABOVE THE SKIN
 LOCK, BUCKLE AND CHASE BEAUTY
 THE TREATMENT MAINTAINS WELLSpring
 AND CHANGING YOUR SKIN TO
 BEHOLD YOUR BEST
 WITHOUT GETTING LIQUID YOUR SKIN
 BY MARIA WELLS

HURT BEHOLD
 IMPROVE YOUR SKIN
 BY MARIA WELLS

RESTAURANT
 BY MARIA WELLS



AVENTURA MAGAZINE

FISHER ISLAND MAGAZINE



SHAMBHALA RETREAT SPA AT PARROT CAY, BAHAMA HARBOR



Shambhala Estate
 MALINDANG

OPULENCE

Optimizing the luxury living lifestyle

8. บัญชีและการเงิน (Finance and Accounting)

ทำหน้าที่วางแผนการเงิน ทำ
งบประมาณต่างๆ ดูแลบัญชีและจัดทำ
รายงานทางการเงิน

9. พนักงานการเงิน (Cashier)

ทำหน้าที่เก็บค่าบริการ และอื่นๆ

10. แม่บ้าน (Attendance)

ทำหน้าที่ดูแลความสะอาดเรียบร้อย
ของสปา



การจัดการบุคลากร

ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

5.1 การโยกย้ายพนักงาน (Job Rotation)

การย้ายพนักงานทำงานให้หน้าที่อื่นๆ จากหน้าที่เดิมที่เคยกระทำอยู่ การโยกย้าย การเปลี่ยนแปลงจัดเป็นเรื่องของการพัฒนาคน การเปลี่ยนงานมีอยู่ 2 อย่าง คือ

1. เพื่อให้งานไหลลื่นขึ้น
2. ประสบการณ์การทำงานสัก 4-5 ปี พนักงานอาจเบื่อและขาดความสนใจในงาน
3. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้บุคลากรในองค์กร

อย่างไรก็ดีการย้ายพนักงานนั้นต้องพิจารณาเกี่ยวกับตำแหน่งและปัจจัยด้านความรู้ความสามารถเฉพาะงานอีกด้วย

การจัดการบุคลากร

5.2 การแบ่งหน้าที่ของงาน (Job Description)

การแบ่งหน้าที่ของงานที่มีอยู่ เพื่อความรวดเร็ว ความเที่ยงตรง และความมีประสิทธิภาพของงาน บุคลากรทุกคนต้องมี Job Description และมีความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี

การทำ Job Description จะทำให้รู้งานแต่ละงานมีผู้รับผิดชอบหรือยัง และจะรู้ว่าม้งานบางงานมีความซ้ำซ้อนหรือไม่ งานอะไรที่ขาดยังไม่มีคนทำ เพราะฉะนั้นจาก Job Description จะทำให้จัดบุคลากรได้เหมาะสม เป็นเรื่องที่จะช่วยว่าม้งานครอบคลุมมากน้อยแค่ไหน

การจัดการบุคลากร

5.3 พัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ (Employee Development)

ต้องมีการสนับสนุนให้บุคลากรทำงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพราะฉะนั้นเรื่องของการดูแล การบริหาร การพัฒนาศักยภาพ เป็นหัวใจสำคัญ ที่จะต้องเน้นว่าให้ผู้ที่ทำงานได้รับการพัฒนา ต้องทำแผนพัฒนาศักยภาพให้เจ้าหน้าที่ทุกคนมีการพัฒนาตนเอง ทำให้ระบบงานของตนเองมีความก้าวหน้า มีความรวดเร็วโดยตลอด ถือเป็นนวัตกรรมใหม่ขององค์การคือ ทุกคนจะต้องขวนขวายหาความรู้ และในขณะเดียวกันการอบรม การสัมมนาของหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ควรเพิกเฉยหรือละเลยในเรื่องของการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ ให้พนักงานทุกคนรู้และเข้าใจองค์การแห่งการเรียนรู้

การจัดการบุคลากร

5.4 สนับสนุนให้ลูกน้องก้าวหน้าในอาชีพ (Incentive and Promote)

คือ

สิ่งล่อใจประการหนึ่งเช่น การเลื่อนตำแหน่ง การให้เงินสวัสดิการ การให้โบนัส ฯลฯ

ตามหลักทฤษฎีสร้างแรงจูง โดยปกติคนทุกคนทำงานไม่ว่าจะอยู่สายไหนก็ต้องการความก้าวหน้า ให้นำทฤษฎีเรื่องสิ่งล่อใจ มาใช้จะทำให้คนที่ทำงานมีโอกาสที่จะเติบโตได้สนับสนุนทุกกรณี เพราะถือเป็นขวัญและกำลังใจที่สำคัญ เมื่อทำงานแล้วมีความก้าวหน้า ขวัญกำลังใจและค่าตอบแทนต่างๆ ได้รับตามความเหมาะสม ทุกคนจึงทำงานด้วยความตั้งใจ

การจัดการบุคลากร

5.5 ประเมินผลการปฏิบัติงานต้องถูกต้องและยุติธรรม (Monitoring)

การประเมินต้องมีลักษณะเป็นหัวข้อ (Objective) เช่น เขียนหัวข้อประเมินว่าข้อไหนประเด็นไหนคะแนนเป็นอย่างไร ก็จะทำให้แยกความแตกต่างระหว่างคนแต่ละคนได้ ถ้าหากเป็นลักษณะอัตนัย (Subjective) ควรจะใช้กับหัวหน้างาน

ที่สำคัญที่จะทำให้คนทำงานกับมีขวัญกำลังใจก็ต้องทำให้พนักงานได้รับการประเมินที่ถูกต้องและยุติธรรม อาจจะต้องใช้การประเมิน 360 องศา (360 Degree Feedback)

การจัดการบุคลากร

5.6 ให้การสนับสนุนและอำนาจการตัดสินใจแก่พนักงาน (Empowerment)
การให้อำนาจการตัดสินใจแก่พนักงานที่ไม่ใช่หัวหน้างานจะทำให้การทำงานเร็วขึ้น โดยทุกเรื่องที่มีความสำคัญน้อย ไม่ต้องไปลงที่ผู้จัดการก็จะทำให้แต่ละคนทำงานได้คล่องตัวขึ้น

การจัดการบุคลากร

5.7 การสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีแก่บุคลากร (Creative Atmosphere)

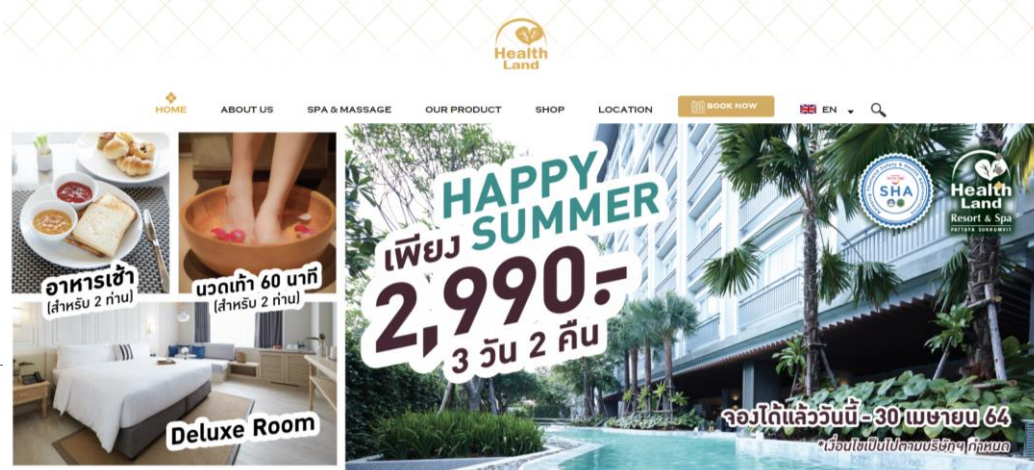
งานจะเดินหรือไม่พนักงานต้องมีขวัญกำลังใจที่เข้มแข็งและมีความสุขในการทำงาน

การดูแลและเอาใจใส่พนักงาน ให้กำลังใจพนักงาน

การดูแลไม่ให้เกิดสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน

ควรมีการสอบถามพนักงานว่าเป็นอย่างไร สบายดีหรือไม่

Health Land



ผู้จดทะเบียนคนเดียวกันคือ “พิทักษ์ ลาภปรารภนา” กับบริษัท “เฮลท์ แลนด์ 2004” “เฮลท์ แลนด์” และ “เฮลท์ แลนด์ ประเทศไทย”

รายได้บริษัท เฮลท์ แลนด์ 2004 จำกัด

รายได้ปี 2561 อยู่ที่ 200 ล้านบาท กำไร 4.5 ล้านบาท

รายได้ปี 2560 อยู่ที่ 210 ล้านบาท กำไร 3.9 ล้านบาท

และรายได้ปี 2559 อยู่ที่ 73 ล้านบาท กำไร 1.9 ล้านบาท

Key ของ **Health Land** คือแนวคิดในการสร้างความพอใจให้ลูกค้า ตั้งแต่โลเคชั่น บริการ-คุณภาพ ไปจนถึงการออกแบบสถานที่ที่เข้ามาแล้วต้องรู้สึกผ่อนคลายตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้าไปสัมผัส รวมถึงการวางกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือ ‘ผู้หญิง’ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการขยายตลาดและสร้างรายได้ให้อีกในอนาคต

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ธุรกิจสปารายเดียวในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เข้าตลาดเมื่อปี 2557 จากการเห็นโอกาสของตลาดที่เติบโตจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Medical Tourism) และคนไทยที่ต้องการผ่อนคลายบำบัดตัวเอง

SPA มีแบรนด์ในเครือตั้งแต่ **Let's Relax** (ธุรกิจนวด-สปา 4 ดาว), **Rarinjinda** (ทั้งธุรกิจสปา 5 ดาวและรีสอร์ท), **Siam Wellness Lab** (ผลิตภัณฑ์สปา), **Deck1** (ร้านอาหาร), **Siam Wellness Thai Massage and Spa School** (โรงเรียน) และ **BaanSuan** (นวดแผนไทย ระดับ 2-3 ดาว)

รายได้ปี 2561 อยู่ที่ 1,152 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 206 ล้านบาท

รายได้ปี 2560 อยู่ที่ 962 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 175 ล้านบาท

และรายได้ปี 2559 อยู่ที่ 739 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 140 ล้านบาท



ลูกค้าส่วนใหญ่ของ SPA เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะลูกค้าชาวเอเชีย ฝั่งจีน ฮองกง ไต้หวัน มีบริการที่อาศัย know-how กว่า 20 ปี และโลเคชั่นที่ตรงกับดีมานด์ของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

แบรนด์ **BaanSuan** จับกลุ่มลูกค้า C+ จนถึง B+ เน้นทำเลที่พักอาศัย ติดถนนใหญ่ มองเห็นง่าย/**Let's Relax** จับกลุ่มลูกค้า B จนถึง A- เน้นทำเลใกล้สถานที่ท่องเที่ยว หรือติด BTS ขณะที่ **Rarinjinda** จับกลุ่มลูกค้า A- ถึง A+ ที่มีรายได้มากกว่า 75,000 บาทต่อเดือน โฟกัสเฉพาะทำเลในโรงแรม 5 ดาว

การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Segmentation)

ขึ้นอยู่กับว่าจะใช้ "เกณฑ์" หรือ "ตัวแปร" อะไรเป็นตัวแบ่ง

โดยทั่วไปใช้เกณฑ์ "ระดับรายได้"

A = 100,000 up

B+ = 75,000 - 99,999

B = 50,000 - 74,999

C+ = 30,000 - 49,999

C = 10,000 - 29,999

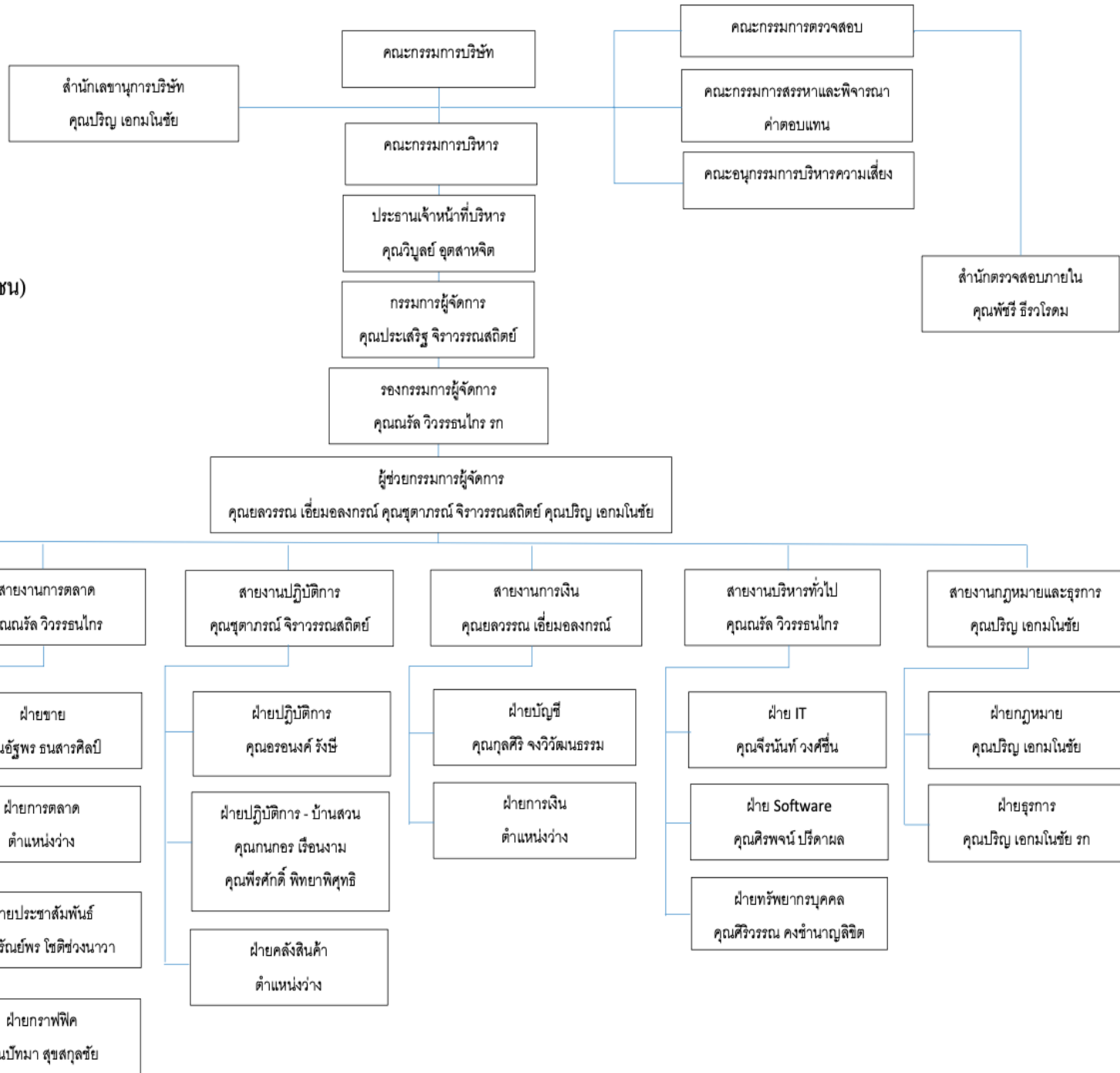
Low = < 10,000

หรืออาจใช้การแบ่งจาก "เพศ" "รสนิยม" (ชอบเที่ยวไปกินไป) "กลุ่มพฤติกรรม" (เช่น คนนัดซ้าย ก็มีกีตาร์ดีดมือซ้ายออกมา)



ผังโครงสร้างองค์กร

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
01/02/2021





วิสัยทัศน์

เป็นบริษัทผู้ให้บริการสปาที่มีมาตรฐานและครบวงจรที่สุดของประเทศไทยที่บริหารงานโดยคนไทย โดยมีระดับสปาครอบคลุมหลากหลายระดับและมีตราสินค้าที่ได้รับการยอมรับทั้งในตลาดไทยและตลาดต่างประเทศ (International Brand)

พันธกิจ

เป็นองค์กรที่สร้างมาตรฐานของสปาไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ (ระดับสากล)

เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นการประยุกต์เอาศาสตร์ตะวันออกมาประสานกับศาสตร์ตะวันตก ก่อปรกกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยมาพัฒนา และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของไทย

เป็นองค์กรที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานทุกส่วนมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง

เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อข้อบังคับพื้นฐานและกฎหมาย โดยยึดการประกอบธุรกิจอย่างสุจริต เทียบตรง และมีจริยธรรม รวมทั้งตระหนักถึงผลกระทบต่อพนักงาน สภาพแวดล้อม และชุมชนเป็นสำคัญ

ระรินจินดา เวลเนส สปา เชียงใหม่ ระรินจินดา เวลเนส สปา กรุงเทพฯ ราชดำริ และ ระริน
จินดา เวลเนส สปา กรุงเทพฯ เพลินจิต คว่ำรางวัลกินรีทองคำ หรือ รางวัลอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวยอดเยี่ยม (**Award of Excellence**) ประเภทสปา โดยทีมผู้บริหาร คุณวิบูลย์
อุตสาหกรรมจิต ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คุณประเสริฐ จิรวรรณสถิตย์ กรรมการผู้จัดการและ
คุณณรัล วิวรรณไกร กรรมการบริหาร บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) รับมอบรางวัล
เกียรติยศจากคุณทศพร ศิริสัมพันธ์ ประธานกรรมการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
โดยมีนายยุทธศักดิ์ สุภาสะ ผู้ว่าการ ททท. ร่วมแสดงความยินดี ในงานประกาศรางวัล
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (**Thailand Tourism Awards 2019**) ณ มิตรทาวน์
ฮอลล์ 1 ชั้น 5 สามย่านมิตรทาวน์



ถอดหัวใจความสำเร็จ Mandarin Ginger Spa ของ “ดีย่านทองหล่อ”



ไพบุลย์ ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์ เจ้าของและผู้บริหาร

Keyword :
ความผ่อนคลาย
ที่แท้จริง

ทำเลที่ตั้ง

รักษามาตรฐานการ
บริการ ความสะอาด
เป็นระเบียบ ผ้าร้อน ผ้า
เย็น เครื่องดื่ม

รักในการทำงาน “แค่ใจ
รักอย่างเดียวไม่พอ ต้อง
ทุ่มเทด้วย”

ความสำเร็จของธุรกิจมาจาก
อะไรบ้าง

บรรยากาศสงบ
พื้นที่ส่วนตัว

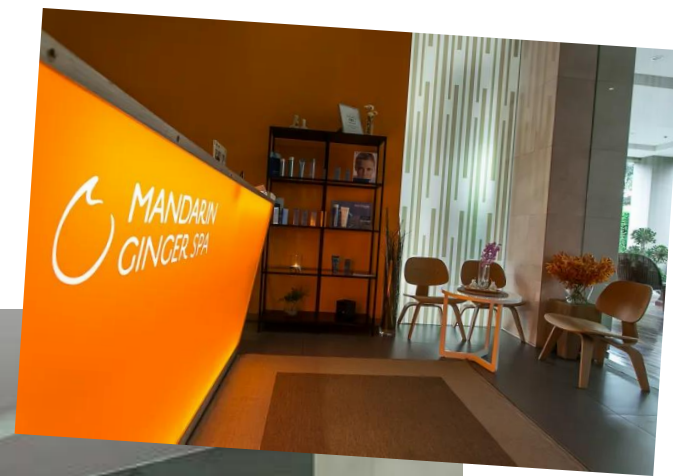
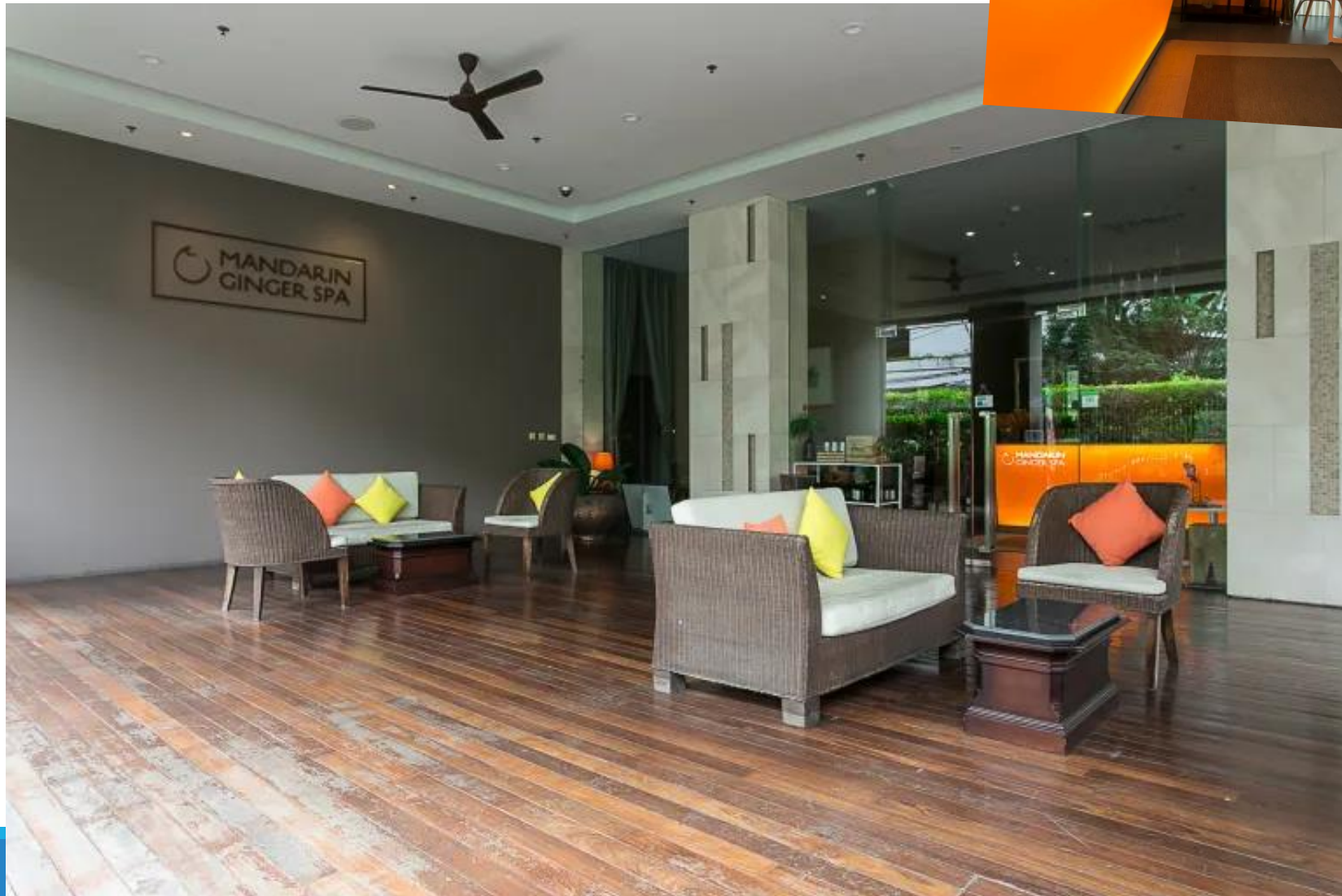
ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า

คุณภาพการให้บริการ
“คน” มารยาทของ
พนักงานนวด

มองเห็นโอกาสของธุรกิจ

การบอกต่อ
เช่น
TripAdvisor

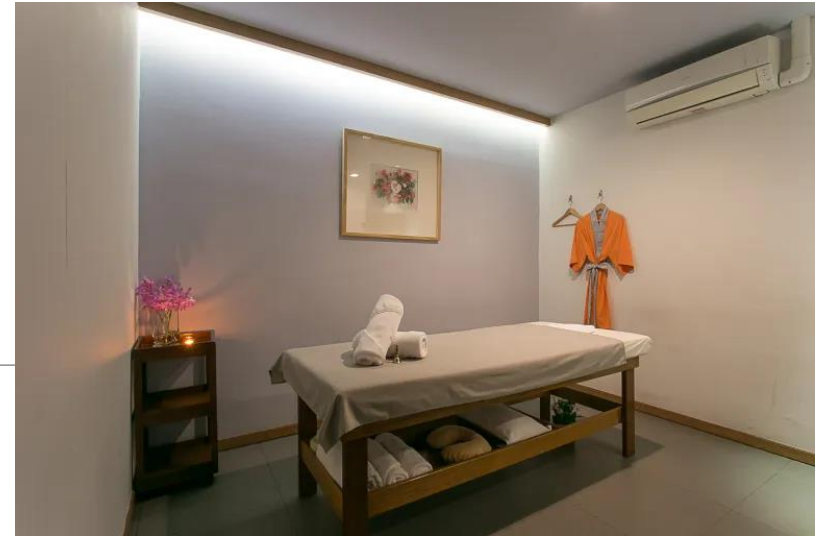
ชั้น G อาคาร S 59 Executive Apartment ซอยสุขุมวิท 59



product



ตัวอย่างคอร์สสปา



“ส่วนเมนูคอร์สต่างๆ ก็คิดจากประสบการณ์ที่เราชอบไปสปาบ่อยๆ อะไรที่คิดว่า น่าจะตอบโจทย์ เราก็เอามาตัดแปลง อย่างชื่อ **After work stress** ก็เป็น คอร์ส สำหรับคนทำงานหนักๆ อาจจะผ่อนคลาย ก็เป็นการนวดเท้า คอบ่าไหล่ หรือ คอร์ส **Jetlag Release** คอร์สสำหรับคนเดินทางไกล, คอร์ส **lazy day** สำหรับคนว่างๆ ใจดียาวๆ สบายๆ ไปเลย 4 ชั่วโมง”

Concept คือการนวดเพื่อความผ่อนคลาย ซึ่งผสมผสาน ศิลปะการนวดแผนไทยกับเทคนิคนวดแบบ Relax





การใส่ใจการให้บริการ = Value Added

การบริการของพนักงานจะเริ่มตั้งแต่เปิดประตูเข้ามา การพูดคุย ยิ้มแย้ม
แจ่มใสของพนักงานต้อนรับ ถ้ามองความต้องการนำเสนอคอร์สที่เหมาะสม
กับลูกค้า จนกระทั่งการนัดที่สัมผัสอย่างละเอียด น้ำหนักจังหวะที่คิดและ
ค้นมาแล้วว่าเหมาะสม ผ่านมือหมอที่ฝึกฝนปฏิบัติจนชำนาญ

รู้เรื่องอเนกามีพื้นฐาน ทำให้เข้าใจว่าจะใช้แรงได้ขนาดไหน ตามจุดของ
ร่างกาย ซึ่งทำให้ลูกค้าสบายที่สุด

The End

THANK YOU FOR YOUR ATTENTION