

รูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตลำปาง
THE MODEL OF HEALTH SPA BUSINESS MANAGEMENT
IN THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY: LAMPANG CAMPUS

¹สุขุมาล ทองดี และ ²ณภัทร ส่งมหาชัย

¹Sukhuman Thongdee and ²Napat Songmahachai

¹สาขาการบริหารจัดการธุรกิจสุขภาพ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตลำปาง

¹Department of Health business Administration Faculty of Liberal Arts,

Thailand national Sports University, Lampang Campus, Thailand

Received:2023-11-03

¹Corresponding Author E-mail: sukhuman.13@gmail.com

Revised:2023-12-13

Accepted:2023-12-25

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยและพัฒนาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ 2) จัดทำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ และ 3) เพื่อประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตลำปาง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 387 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้รับบริการ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

ผลการศึกษา พบว่า 1. การจัดการธุรกิจสปาควรมีการวางแผนการและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ มีเกณฑ์การคัดเลือกคนเข้าทำงาน กำหนดคุณสมบัติของพนักงาน ในด้านงบประมาณลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสมตามขนาดของสถานประกอบการ คำนวณหน่วยต้นทุน ด้านการตลาดมุ่งเน้นคุณภาพ การจัดทำเมนูสปาที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานประกอบการ การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์บริษัทท่องเที่ยว การจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีความปลอดภัย และ 2. รูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ มีรูปแบบการจัดการ 2 ด้าน คือ (1) ด้านการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ (2) ด้านการจัดการด้านการตลาด (7Ps) พบว่า สิ่งสำคัญต่อการให้บริการเป็นอันดับแรก คือ บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์และทักษะการให้บริการ และ 3. การประเมินรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า คุณภาพของรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การจัดการ; ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ; ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Abstract

The objective of this research and development (R&D) study was aimed 1) to examine the context of health spa business 2) to create a health spa business management model and 3) to assess the quality of the health spa business management model in Thailand National Sports University: Lampang Campus. The samples 387 were the entrepreneurs, service recipients, and experts involved in operating a health spa business.

The results founded that 1. The spa business management should plan and the role and responsibility, the qualification of each position, the investment proportion, the business size, the unit cost, the marketing strategy focused on product and service quality. The unique spa menu was well designed. The public relations were via tourism agency and tourism operator website. Providing for a safe physical environment. 2. The Massage and Spa Operation Center in Thailand National Sports University: Lampang Campus has two management models which are 1) Business management Model for Health Spa and 2) Marketing Models (7Ps). The study showed that the most importance service qualifications are the good personality, interpersonal skill and service skills, and 3. The assessment of Health Spa Business Model founded that the overall quality of the spa management model is high level.

Keywords: Management; Health Spa Business; Service Marketing Mix (7Ps)

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจสปา เป็นธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ และมีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบการให้บริการด้านการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมโดยใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์โดยมีการใช้น้ำและเทคนิคการนวดเพื่อผ่อนคลายร่างกายและจิตใจเป็นองค์ประกอบหลัก (Health Spa Operator's Guide, 2020) ธุรกิจสปาไทยยังถูกวางรากฐานทางวัฒนธรรมไทยและผสมผสานวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่นจึงเกิดเป็นเอกลักษณ์ของสปาไทยตามภูมิภาคต่าง ๆ จึงได้รับความนิยมทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ จึงก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางการตลาดที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างสูง สำหรับมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยที่คำนวณจากยอดขายได้รวมทั้งหมดของนิติบุคคลที่ส่งรายงานงบการเงินแต่ละปีให้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยนั้น มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ.2556 มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,469 ล้านบาท เทียบกับปี พ.ศ.2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.27 ส่วนใหญ่เป็น

ธุรกิจขนาดเล็กมีพนักงานเฉลี่ยนประมาณ 1-5 คน เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มในอนาคตที่ดีทั้งในกลุ่มลูกค้าคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Chantaburee, 2016) อีกทั้งจากการที่ประชาชนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น และประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนสุขภาพ (Health promotion services) โดยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้ให้การสนับสนุนธุรกิจนี้ ด้วยการประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Healthcare Destination โดยธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เป็นหนึ่งในบริการหลักภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

คณะศิลปศาสตร์ สาขาการบริหารจัดการธุรกิจสุขภาพ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตลำปาง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้เปิดศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา ตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 ซึ่งใช้เป็นสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษา และให้บริการสำหรับบุคคลภายนอก แต่เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เมื่อปลายเดือนธันวาคม 2562 ส่งผลให้ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปาไม่สามารถเปิดให้บริการแก่บุคคลภายนอกได้ตามปกติ จึงใช้เป็นเพียงสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษา อย่างไรก็ตามทางคณะศิลปศาสตร์เล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจสปา ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ของภาครัฐในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต และต้องการพัฒนาศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปาให้เป็นศูนย์ส่งเสริมสุขภาพชุมชนที่ให้บริการอย่างมีมาตรฐานโดยนักศึกษาและมีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ประกอบด้วย กิจกรรมด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงานและงบประมาณ รวมไปถึงกิจกรรมด้านการจัดการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร หลักฐานทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในวิธีการบริหารจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ ทั้งด้านการจัดการเรียนการสอน การจัดการและการให้บริการของศูนย์นวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการเกี่ยวกับการจัดการในสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อจัดทำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ สาขาการจัดการธุรกิจสุขภาพ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

3. เพื่อประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ พนักงานบริการ และผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการในสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีการจัดองค์การ (POSDCoRB) และแนวคิดการจัดการด้านการตลาด (7P's) มาประยุกต์ใช้

กลุ่มประชากรในการศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่

1. ผู้ประกอบการ (เจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้ดำเนินการสปา, พนักงานบริการ) ที่ผ่านการรับรองสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลปี พ.ศ. 2560 จำนวน 24 แห่ง (Health Establishment Division, 2017) และสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน กลุ่มส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ สำนักสถานพยาบาล และการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2560 จำนวน 6 แห่ง รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 แห่ง

2. ผู้มารับบริการ คือ ผู้เข้ารับบริการในศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 1,195 คน ที่มาจากรายงานประจำปีศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา (Massage and Spa Operations Center, 2021)

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยคัดเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงจากสถานประกอบการในแต่ละภูมิภาค และมีรายชื่อบริษัท เครือข่ายผู้ประกอบการที่ไม่ซ้ำกัน ได้กลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการจำนวน 15 แห่ง เป็นเจ้าของสถานประกอบการ และผู้จัดการสปาแต่ละ 2 คน รวมเป็นจำนวน 30 คน พนักงานสปาแต่ละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 75 คน

2. กลุ่มผู้มารับบริการ คณะผู้วิจัยคำนวณจากจำนวนประชากรผู้เข้ารับบริการในศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 1,195 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตรคำนวณของเครซี และมอร์แกน (Tirakanan, 2005) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำได้กลุ่มตัวอย่าง 291 คน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งคณะผู้วิจัยคัดเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงจากผู้มาเข้ารับบริการในศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปาในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2565

เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนการศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 3 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสำรวจและสัมภาษณ์เกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสำหรับสถานประกอบการ โดยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ด้านการจัดการ (POSDCoRB) และด้านการตลาด (7P's) มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ และการบรรยายแสดงความคิดเห็น

ชุดที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสำหรับพนักงาน เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดคำตอบไว้ 5 ระดับ

ชุดที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพสำหรับผู้มารับบริการ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้มารับบริการต่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดคำตอบไว้ 5 ระดับ

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำรูปแบบฯ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาบริบทการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในสถานประกอบการ ในขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับนำเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการจัดทำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยการประชุมกลุ่ม (Focus Group) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพไปใช้ คือ ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าของสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและผู้จัดการสปา จำนวน 3 ท่าน ผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านธุรกิจบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ จำนวน 5 ท่าน และผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ จำนวน 2 ท่าน ร่วมกันระดมความคิดเห็นเพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

วิธีการศึกษา คณะผู้วิจัยนำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ไปให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพจำนวน 5 ท่าน ร่วมกันพิจารณาถึงคุณภาพและความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ จากนั้นนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขและสรุปผลจากการตกลงแนวคิดจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการประเมินคุณภาพรูปแบบฯ

คณะผู้วิจัยใช้แบบประเมินคุณภาพของรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ เป็นแบบประเมินคุณภาพที่นำเอาเครื่องมือของ Phuvipadawat (2011) มาประยุกต์ใช้ โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดคำตอบไว้ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยประเมินใน 4 ด้านดังนี้ 1) ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) 2) ด้านความเหมาะสม (Appropriateness) 3) ด้านความถูกต้องแม่นยำ (Adequacy) 4) ด้านการใช้ประโยชน์ (Utility)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรง (Validity) โดยคณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยวิธีการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (Index of Congruence : IOC) เมื่อผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากร และไม่ได้ถูกจัดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach Alpha Coefficient) (Tirakanan, 2005) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .79

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ได้แก่

1. คำนวณหาค่าความถี่ และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปและแบบตรวจสอบรายการของกลุ่มตัวอย่าง
2. คำนวณหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์และเปรียบเทียบค่าที่ ของคะแนนจากแบบสอบถาม เกี่ยวกับบริบทของผู้ประกอบการและผู้มารับบริการเกี่ยวกับการจัดบริการในสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ
3. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากข้อคำถามปลายเปิด ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บริบทเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของเจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้ดำเนินการสปา คณะผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปผลจากการตกผลึกแนวคิดจาก เจ้าของสถานประกอบการ ผู้จัดการสปา พนักงานบริการ และผู้มาใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ได้ข้อสรุปผลโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ มีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- ด้านการวางแผน ให้ความสำคัญมากที่สุด และสถานประกอบการส่วนใหญ่จะมีการวางแผน ทบทวนแผนการดำเนินงานในระยะเวลา 3 ปี

- ด้านการจัดองค์การ ให้ความสำคัญมากที่สุด โดยสถานประกอบการขนาดใหญ่มีโครงสร้างธุรกิจ แบบเป็นทางการ ส่วนสถานประกอบการขนาดเล็กจัดโครงสร้างการบริหารแบบไม่เป็นทางการ และจะมีการ แบ่งแผนกต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

- ด้านการจัดคนเข้าทำงาน สถานประกอบการจะมีการวางแผนกำลังคนก่อนเปิดกิจการ มีการ คัดเลือกคนเข้าทำงานตามคุณสมบัติที่สำคัญและจำเป็นต่องานแต่ละตำแหน่ง

- ด้านการควบคุม เจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้จัดการให้ความสำคัญต่อการควบคุมมาก ที่สุด การประเมินผลการปฏิบัติงาน ใช้เครื่องมือหรือเทคนิควิธีในการติดตามงาน ประกอบด้วย คุณภาพงาน เวลา ปริมาณและความพึงพอใจของลูกค้า

- ด้านการรายงาน สถานประกอบการพิจารณาความก้าวหน้าของงานจากรายงานผลการปฏิบัติงาน จากผู้ใต้บังคับบัญชา ผลงานตามที่ได้รับมอบหมาย ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ ความพึงพอใจของผู้มา รับบริการ ตลอดจนการกำหนดแผนงานเป้าหมายของพนักงานแต่ละคนที่น่าเสนอแต่ละวงรอบการประเมิน และการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพงาน ปรับปรุงด้านการบริการ ปรับปรุงบุคลากร ขึ้นเงินเดือน ให้โบนัส ให้ค่าคอมมิชชั่นเพิ่ม

- ด้านงบประมาณ สถานประกอบการมีวิธีการลงทุนในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามลักษณะของขนาด สถานประกอบการ เช่น ลงทุนในรูปแบบบริษัท 100% ลงทุนแบบเจ้าของ : หุ้นส่วนในปริมาณ 80:20, 70:30, และ 50:50 บางสถานประกอบการลงทุนด้วยงบลงทุนของเจ้าของสถาบันการเงิน ในปริมาณ 40:60 เงินทุน สำรองในสถานประกอบการจะมีทุนสำรองจากกำไรเพื่อนำไปเป็นทุนหมุนเวียน เช่น ปรับปรุงสถานที่ขยายกิจการ จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ จัดสรรค่าโบนัส คอมมิชชั่น เพิ่มเงินเดือนพนักงาน มีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย การคำนวณหน่วยต้นทุนต่อผลผลิตเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในวงเงินที่เหมาะสม

2. ด้านการตลาด เจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้ดำเนินการสปาและพนักงาน ให้ความสำคัญ ต่อการจัดการด้านการตลาดดังนี้

- ผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบ (Product) ที่ใช้ในการให้บริการที่ได้มาตรฐานและมีใบรับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ บางสถานประกอบการมีการผลิตผลิตภัณฑ์ตามวิธีธรรมชาติและมีเมนูสปาเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ สถานประกอบการ วิธีการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีระบบระเบียบการเก็บและวิธีการเบิกใช้คล้าย ๆ กัน ถูกต้องตามหลักการและมาตรฐานการให้บริการสปา

- ราคา (Price) แต่ละสถานประกอบการตั้งราคาค่าบริการตามความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และการ บริการ การกำหนดราคาค่าบริการขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการในแต่ละสถานประกอบการ แตกต่างกันไป

- สถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริการสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ นายหน้า ไกด์ คนขับรถรับจ้าง หรือมาติดต่อด้วยตนเอง
- การส่งเสริมการขาย (Promotion) ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต โบรชัวร์ในแหล่งท่องเที่ยวและศูนย์บริการท่องเที่ยว ทางเอเยนซี ทางโทรศัพท์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การวางป้ายภายในห้องพัก รวมถึงส่งเสริมการขายผ่านพนักงาน มีโปรโมชั่นที่หลากหลาย มีส่วนลดราคาจากการเป็นสมาชิก การสะสมแต้ม หรือส่วนลดสำหรับลูกค้าที่กลับมาใช้บริการครั้งต่อไป
- บุคลากร (People) มีการกำหนดงานที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารชัดเจน มีกิจกรรมร่วมกัน สร้างกระบวนการทำงานที่สั้น กระชับและมีประสิทธิภาพ การดูแลพนักงานมีการสับเปลี่ยนกันทำงาน มีระเบียบข้อบังคับการแต่งกาย การปฏิบัติงานและระเบียบในการให้บริการ
- หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ จะเน้นแนวคิดด้านการออกแบบตกแต่งสถานที่ทั้งด้านแสง สี เสียง กลิ่น เน้นความสะอาดสงบผ่อนคลาย เป็นธรรมชาติ ปลอดภัย เรียบง่ายสะดวกสบายและมีความเป็นส่วนตัว การตกแต่งส่วนใหญ่เน้นความเป็นไทยและล้านนา บางแห่งเน้นศิลปะแบบญี่ปุ่นหรือบาหลิเข้ามาผสมผสาน ในด้านความปลอดภัยจัดให้มีระบบป้องกันภัย เช่น วัสดุกันลื่น อุปกรณ์ดับเพลิง สัญญาณเตือนในห้องอบไอน้ำ ระบบตรวจจับควันไฟ ถังดับเพลิง
- กระบวนการให้บริการ (Processes) มีการให้บริการด้วยน้ำ บริการนวด การบริการทรีทเมนต์เพื่อความงาม การบริการกิจกรรมทางกาย และบางแห่งอาจมีบริการอื่นเสริม เช่น ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การบำบัดด้วยหินร้อน สุคนธบำบัด อาหารธรรมชาติ มังสวิรัติ และการดีท็อกซ์ผิว

นอกจากนี้เจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้ดำเนินการสปา ยังให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจตามลำดับความสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 1

การดำเนินธุรกิจ	ลำดับความสำคัญ	
	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการจัดการ	14	25.00
ด้านการตลาด	17	30.56
ด้านการผลิตและดำเนินงาน	14	25.00
ด้านการเงิน	11	19.44

ตารางที่ 1 แสดงลำดับความสำคัญของการดำเนินธุรกิจตามความคิดเห็นของเจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้ดำเนินการสปา

จากตารางที่ 1 การดำเนินธุรกิจในความคิดเห็นของเจ้าของสถานประกอบการ และ/หรือผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ ให้ความสำคัญต่อการตลาดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 30.56 รองลงมาได้แก่

ด้านการจัดการและด้านการผลิตและการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านการเงิน คิดเป็นร้อยละ 1

นอกจากนั้นพนักงานยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ดังแสดงในตารางที่ 2

ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับ การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านการวางแผน	4.26	.80	มาก
2. ด้านการจัดองค์การสถานบริการธุรกิจสปาที่ท่านเป็นพนักงานอยู่	4.15	.99	มาก
3. ด้านการสั่งการ (กำกับและตามงาน)	4.17	.93	มาก
4. ด้านการประสานงาน	4.09	.83	มาก
5. การควบคุม	4.09	.83	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

จากตารางที่ 2 ในภาพรวมพบว่าพนักงานมีความคิดเห็นต่อลำดับความสำคัญของการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในระดับมากทุกด้านโดยเฉพาะด้านการวางแผน

ความคิดเห็นของผู้มารับบริการต่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพ ดังแสดงในตารางที่ 3

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.31	.61	มาก
ด้านราคา (Price)	4.44	.62	มาก
ด้านสถานที่ตั้ง (Place)	4.29	.62	มาก
ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion)	4.24	.74	มาก
ด้านบุคลากร (People)	4.55	.56	มากที่สุด
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.47	.55	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.35	.56	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้มารับบริการต่อการบริการสปาเพื่อสุขภาพ

จากตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้มารับบริการต่อปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้มารับบริการให้ความสำคัญ ตามลำดับดังนี้ 1) ด้านบุคลากร (People) ($\bar{x} = 4.55$) พนักงานมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะปฏิบัติการที่ดี 2) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ($\bar{x} = 4.47$) โดยบรรยากาศมีความเหมาะสมและเป็นแบบธรรมชาติ มีความสะอาดเป็นระเบียบในสถานบริการ 3) ด้านราคา (Price) ($\bar{x} = 4.44$) โดยมีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน มีการกำหนดราคาในแต่ละคอร์สและราคาเหมาะสมกับบริการ 4) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ($\bar{x} = 4.35$) โดยมีความปลอดภัยในการบริการและได้มาตรฐาน ได้รับบริการตามลำดับ และบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนด 5) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{x} = 4.31$) มีใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพและความปลอดภัย มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย 6) ด้านสถานที่ตั้งและการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x} = 4.29$) มีความปลอดภัยในการเข้ารับบริการ มีการจัดภูมิทัศน์ภายนอกร่มรื่นสบายตา มีการคมนาคมสะดวกและ 7) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x} = 4.24$) มีส่วนลดให้สมาชิก มีเครื่องดื่มฟรีระหว่างการรับบริการ และมีเทศกาลลดราคาค่าบริการ

คุณภาพของรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านการใช้ประโยชน์ (Utility) ของรูปแบบ	4.12	.67	มาก
2. ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) ของรูปแบบ	4.12	.74	มาก
3. ด้านความเหมาะสม (Propriety) ของรูปแบบ	4.40	.44	มาก
4. ด้านความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) ของรูปแบบ	4.24	.59	มาก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

จากตารางที่ 4 พบว่ารูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคุณภาพดังนี้ คือ ด้านความเหมาะสมของรูปแบบ (Propriety) ($\bar{X}=4.40$) ด้านความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) ($\bar{X}=4.24$) ด้านการใช้ประโยชน์ (Utility) ($\bar{X}=4.12$) และด้านความเป็นไปได้ของรูปแบบ (Feasibility) ($\bar{X}=4.12$) ตามลำดับ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาบริบทของสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการจัดการในสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ

1. บริบทเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของเจ้าของสถานประกอบการและ/หรือผู้ดำเนินการสปาและพนักงาน มีความเห็นต่อการจัดการธุรกิจสปาเพื่อคุณภาพ ดังนี้

ควรมีการวางแผนการดำเนินการและทบทวนแผนการดำเนินงานอย่างน้อยทุกระยะเวลา 3 ปี โครงสร้างของธุรกิจขนาดใหญ่ใช้แบบเป็นทางการ ขนาดเล็กจะใช้แบบไม่เป็นทางการโดยมีเจ้าของเป็นผู้บริหารงาน มีการแบ่งแผนงานและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน มีเกณฑ์การคัดเลือกคนเข้าทำงาน มีการกำหนดคุณสมบัติที่สำคัญและจำเป็นต่อพนักงานแต่ละตำแหน่ง มีการกำหนดอัตราค่าจ้าง สวัสดิการ การส่งการมีวิธีการหลากหลาย มีการสร้างแรงจูงใจ และให้มีการพัฒนาความรู้เพิ่มเติม มีการควบคุมดูแลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด ด้านงบประมาณมีการลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสมตามรูปแบบและขนาดของสถานประกอบการ มีการคำนวณหน่วยต้นทุนต่อผลผลิตในวงเงินที่เหมาะสม ด้านการตลาด เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีเมนูสปาที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานประกอบการ มีการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์บริษัทท่องเที่ยวและการส่งเสริมการขายหลากหลายรูปแบบ มีการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้รู้สึกเป็นธรรมชาติ ปลอดภัย สะอาด สงบและผ่อนคลาย มีการจัดระบบความปลอดภัยอย่างครบวงจร

2. บริบทด้านความคิดเห็นของผู้มารับบริการเกี่ยวกับความสำคัญในการดำเนินงานธุรกิจ สปาเพื่อสุขภาพ

ความคิดเห็นของผู้มารับบริการต่อปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้มารับบริการให้ความสำคัญ ตามลำดับดังนี้ อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร (People) อันดับ 2 คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) อันดับ 3 คือ ด้านราคา (Price) อันดับ 4 คือ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) อันดับ 5 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อันดับ 6 คือ ด้านสถานที่ตั้งและการจัดจำหน่าย (Place) และอันดับ 7 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปผลจากการตกผลึกแนวคิดจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ เจ้าของสถานประกอบการ พนักงาน ผู้มารับบริการ และผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง สรุปรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 2 จัดทำรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ สาขาการจัดการธุรกิจสุขภาพ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ พบว่า

รูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ แบ่งการบริหารจัดการ 2 ด้าน ได้แก่

1. การจัดการด้านธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ควรมีการวางแผนประกอบการและทบทวนกระบวนการดำเนินงานอย่างน้อยทุกระยะเวลา 3 ปี ควรมีโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการกำหนดตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีการวางแผนการฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาในแต่ละเทอม แต่ละชั้นปี ตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชาที่เรียนและมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของนักศึกษาที่จะเข้ามาฝึกปฏิบัติงานให้ครอบคลุมทุกด้าน โดยความร่วมมือของหัวหน้าศูนย์และอาจารย์ผู้สอน และมีการควบคุมติดตามงานของนักศึกษาอย่างใกล้ชิด ในการประเมินผลการให้บริการและปฏิบัติงานของนักศึกษา มีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจในการเข้ารับบริการจากลูกค้า และมีรายงานผลการดำเนินงานของศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปาต่อผู้บังคับบัญชาอย่างน้อยเทอมละ 1 ครั้ง

2. การจัดการด้านการตลาด (7Ps) สิ่งสำคัญต่อการให้บริการเป็นอันดับแรก คือ บุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์และทักษะความสามารถในการปฏิบัติของผู้ให้บริการ รองลงมาได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ โดยเฉพาะความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ ความสงบและความสะอาดเรียบร้อยทำให้เข้ามาแล้วมีความรู้สึกผ่อนคลาย ในด้านการให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาค่าบริการมีความเหมาะสม มีการอธิบายกระบวนการให้บริการ มีการให้คำปรึกษาแนะนำที่ดีสำหรับลูกค้า ในการใช้บริการ สถานที่ตั้งมีความปลอดภัย การคมนาคมสะดวก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีการทำบัตรสมาชิกและมีส่วนลดแก่สมาชิกเป็นรายปีหรือให้ส่วนลดในโอกาสเทศกาลต่าง ๆ การให้บริการต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของผู้มารับบริการด้วย เนื่องจากผู้มารับบริการส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 30 – 44 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ดังนั้นการให้บริการจึงต้องคำนึงถึงคุณลักษณะดังกล่าวเพื่อความเหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดที่จะสร้างความประทับใจให้กับผู้มารับบริการ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ประเมินคุณภาพรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ อาจารย์ผู้สอนและผู้ดูแลศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ มีความเห็นว่าคุณภาพของรูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา ในภาพรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคุณภาพดังนี้ คือ คุณภาพด้านความเหมาะสม ด้านความถูกต้องแม่นยำ ด้านการใช้ประโยชน์และด้านความเป็นไปได้

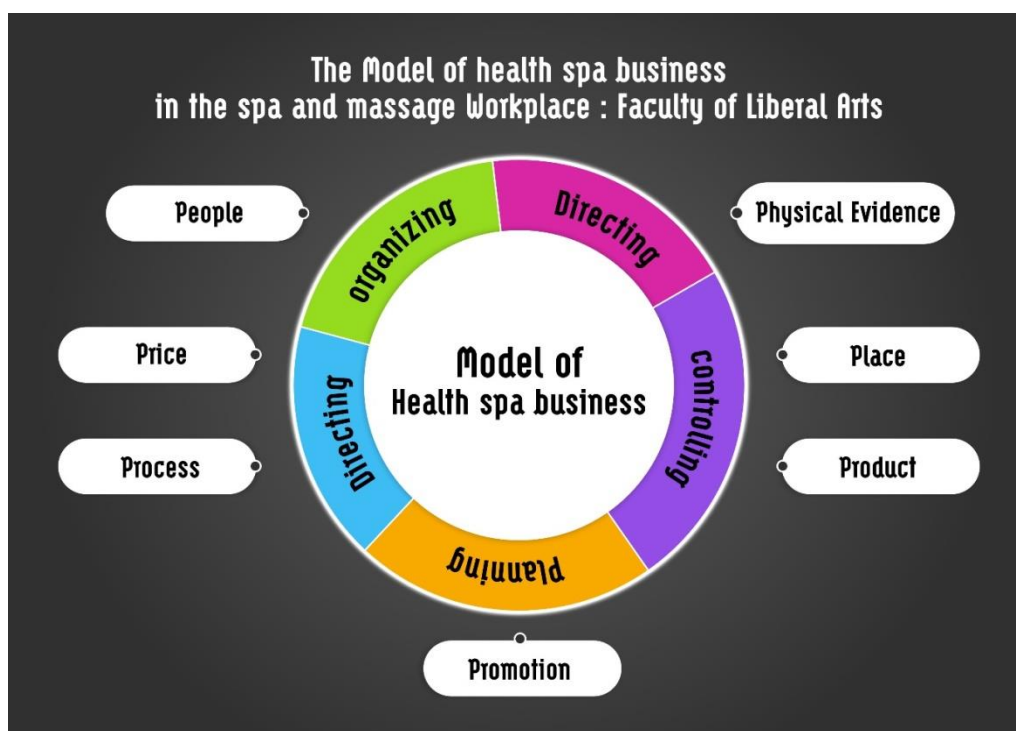
องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

การจัดการด้านธุรกิจ ผู้รับผิดชอบดูแลศูนย์ปฏิบัติการฯ ต้องยึดหลักการบริหารจัดการ โดยมีการวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการมอบหมายงานให้นักศึกษามีส่วนร่วมวางแผนและออกแบบการดำเนินงานในศูนย์ปฏิบัติการฯ ตามความรู้จากทฤษฎีและการลงมือปฏิบัติตามรายวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร

จัดการและการตลาด ตามทักษะที่จำเป็นของนักศึกษาแต่ละชั้นปีอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้การควบคุมดูแล สิ่งการจากทีมงานตามลำดับชั้น ได้แก่ หัวหน้าศูนย์ฯ อาจารย์ผู้สอนและการดูแลกันเองของนักศึกษารุ่นพี่ รุ่นน้อง รวมถึงให้นักศึกษารายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บังคับบัญชารับทราบในทุกไตรมาส ตลอดจนให้โอกาสบุคลากรได้ร่วมกันประเมินผลการดำเนินธุรกิจเพื่อวิเคราะห์จุดด้อย จุดแข็งของการดำเนินธุรกิจ ในวงรอบ 3 ปี เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาและวางแผนการดำเนินการธุรกิจในวงรอบต่อไป

การจัดการด้านการตลาด สำหรับการจัดการด้านการตลาด เพื่อให้ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปาเพื่อสุขภาพสามารถดำเนินธุรกิจได้เสมือนสถานประกอบการจริง ผู้สอนและผู้รับผิดชอบศูนย์ปฏิบัติการฯ ต้องจัดระบบงานให้สอดคล้องกับสภาพการณ์จริง โดยฝึกทักษะให้นักศึกษาให้มีคุณลักษณะของผู้ปฏิบัติการที่ดี ทั้งด้านบุคลิกภาพ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การกำหนดให้ออกแบบโฆษณาประชาสัมพันธ์ กำหนดราคาผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีความเหมาะสมและชัดเจน ด้านผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน นักศึกษาสามารถเตรียมผลิตภัณฑ์ จัดทำบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาได้รับการฝึกทักษะด้านการจัดการธุรกิจ และด้านการตลาดอย่างครบถ้วน



รูปภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านการจัดการธุรกิจ ควรมีการวางแผนประกอบการและทบทวนกระบวนการดำเนินงานอย่างน้อย ทุกระยะเวลา 3 ปี ควรมีโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการกำหนดตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของ

ผู้ปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีเกณฑ์การคัดเลือกคนเข้าทำงาน มีวิธีการสั่งการที่หลากหลาย มีการดูแลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิด สร้างแรงจูงใจและพัฒนาความรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wansiri (2021) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพภายใต้ภาวะวิกฤตโควิด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจสปาประเภทโรงแรมและรีสอร์ทสปาและธุรกิจสปาประเภทเดย์สปา และผู้ใช้บริการองค์กรดังกล่าว เพื่อนำมาวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในองค์กร โดยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) นำเสนอผลวิจัยในลักษณะพรรณนาโดยใช้คำถามสัมภาษณ์เชิงลึกแบบ โครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ทั้งโรงแรมและรีสอร์ทสปาและเดย์สปา ใช้กลยุทธ์องค์กรที่เหมือนกัน คือการลดขนาดองค์กรโดยการเลิกจ้างพนักงานและมอบหมายหน้าที่อื่นให้พนักงาน แต่มีเพียงเดย์สปา ที่ให้ความช่วยเหลือแก่พนักงาน และพบว่าทั้งคู่ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เน้นด้านโปรโมชั่นเหมือนกัน ซึ่งในกลุ่มผู้ใช้บริการพบว่า โปรโมชั่นและองค์ประกอบทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านราคา, ด้านสถานที่และด้านบุคลากร ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงยังไม่มีแนวทางการบริหารจัดการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่จะเป็นการนำหลักการพื้นฐานของการบริหารจัดการธุรกิจมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ และเกิดประสิทธิภาพต่อเจ้าของธุรกิจและผู้ใช้บริการสูงสุด

ด้านการจัดการตลาด สิ่งสำคัญต่อการให้บริการเป็นอันดับแรก คือ บุคลากร เน้นบุคลิกภาพ มนุษย์สัมพันธ์และทักษะความสามารถในการปฏิบัติของผู้ให้บริการ รองลงมาได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ โดยเฉพาะความร่มรื่นเป็นธรรมชาติ ความสงบและความสะอาดเรียบร้อยทำให้เข้ามาแล้วมีความรู้สึกผ่อนคลาย ในด้านการให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาค่าบริการมีความเหมาะสม มีการอธิบายกระบวนการให้บริการ การให้คำปรึกษาแนะนำที่ดีสำหรับลูกค้าในการใช้บริการ สถานที่ตั้งมีความปลอดภัย การคมนาคมสะดวก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีการทำบัตรสมาชิกและมีส่วนลดแก่สมาชิกหรือในเทศกาลต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Chanthanawan, and Fongthanakit (2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานในสถานประกอบการในเขตจตุจักร 3 บริษัท ได้แก่ บริษัทปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทมติชน จำกัด จำนวน 1,000 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร คือ ราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับ Larptaweessomboon (2021) ศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสปา กรณีศึกษา Sarisa Beauty Palace โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการ พฤติกรรมผู้บริโภค ภาพลักษณ์ของแบรนด์และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสปา Sarisa Beauty Palace ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสปา Sarisa Beauty Palace ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงจาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุดดังนี้ ด้านราคา ด้านการให้บริการ และด้าน

คุณภาพ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Klunpakdee (2016) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านมาตรฐานของสถานประกอบการบริการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพระดับสากลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล 2) เพื่อศึกษาการรับรู้มาตรฐานของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล จำนวน 400 คน และสถานประกอบการสปาระดับสากล จำนวน 10 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายมีความสำคัญมาก ในส่วนของการรับรู้คุณภาพของมาตรฐานการบริการในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ในระดับมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นผลมาจากผู้ดำเนินธุรกิจสปาที่มีจำนวนมากและมีผู้ดำเนินธุรกิจสปาที่จดทะเบียนรายใหม่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงการแข่งขันที่สูงขึ้น กลยุทธ์สำคัญในการประกอบการบริการสปา คือ การรักษาคุณภาพการให้บริการ การสร้างความประทับใจในบริการเพื่อให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อหรือกลยุทธ์แบบ “ปากต่อปาก” (Word of Mouth) อีกทั้งการนำเสนอการบริการในลักษณะแพ็คเกจ บางแห่งร่วมเป็นพันธมิตรทางการค้ากับบัตรเครดิต การจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้แนะนำการบริการ การเน้นการให้บริการในบรรยากาศที่สวยงาม การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี บางรายที่ไม่เน้นเรื่องความสวยงามของสถานที่มักแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การตัดราคาซึ่งมีผลทำให้คุณภาพของการให้บริการลดลงและจะไม่เป็นผลดีต่อธุรกิจโดยรวมในระยะยาว

สรุป

สรุปรูปแบบการจัดการธุรกิจสุขภาพ ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตลำปาง เป็นรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติการเรียนการสอนให้นักศึกษาให้เกิดความรู้และมีทักษะปฏิบัติการเสมือนในสถานประกอบการ ครอบคลุมทั้งด้านการบริหารจัดการและด้านการตลาด โดยนักศึกษาได้รับการฝึกการวางแผนธุรกิจ การกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ การควบคุม กำกับดูแลตามลำดับสายงาน เรียนรู้คุณสมบัติของพนักงาน การจัดหางบประมาณลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม มีการประเมินผลและรายงานผลของการประกอบการต่อผู้บังคับบัญชาอย่างเป็นรูปธรรม สำหรับด้านการตลาด มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลิกภาพ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ทักษะการให้บริการ การจัดทำเมนูสปา การผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ การออกแบบเพื่อส่งเสริมการขาย รวมถึงการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ร่มรื่นเป็นธรรมชาติและมีความปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นศูนย์ฝึกปฏิบัติการด้านการเรียนการสอนในสาขาการบริหารจัดการธุรกิจสุขภาพ เพื่อให้เป็นต้นแบบการพัฒนาคุณลักษณะของนักศึกษาที่พึงประสงค์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

1.2 ศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ควรมีการวางแผนพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานภายในศูนย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อนักศึกษาก่อนออกฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือสามารถใช้สำหรับฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ในกรณีที่ไม่สามารถส่งนักศึกษาออกไปฝึก ณ สถานประกอบการในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น สถานประกอบการปิดกะทันหัน ในกรณีที่เกิดโรคระบาดหรือเหตุการณ์อื่นๆ ที่จำเป็น ทั้งทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจและทางด้านการตลาด

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาศูนย์ปฏิบัติการฯ และปรับปรุงกิจกรรมการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิผลที่ดีสำหรับนักศึกษาต่อไป

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยรูปแบบการดำเนินงานของศูนย์ปฏิบัติการนวดและสปาภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือกับสถานประกอบการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทักษะวิชาชีพ ตลอดจนได้แนวทางในการประกอบอาชีพของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

References

- Chantaburee, S. (2016). Opportunity and Competitiveness of Spa and Thai Massage Businesses in Thailand. *Kasem Bundit Journal*, 17(2), 49-63.
- Chanthanawan, S., & Fongthanakit, R. (2019). Factors affecting decision making on using Spa services towards Consumers in Chatuchak District, Bangkok. *Journal of the Association of Researchers of Thailand*, 24(3), 190-204.

- Health Establishment Division. (2017). *List of health spa establishments that have been certified to international health spa establishment standards in 2017*. Retrieved February 20, 2019, from http://www.thaispa.go.th/spa2013/web/web_new/fileupload_doc/2017-08-31-2-17-2477448.pdf.
- Klunpakdee, P. (2016). *Standrad factors of Thai spa quality award influencing satisfaction on using service towards foreign tourists*. (Master's Thesis). Dhurakij Pundit University. Bangkok.
- Larptaweessomboon, W. (2021). *Determinant of consumer's decision to select Sarisa Beauty Palace spa shop* (Research Report). Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Massage and Spa Operations Center. (2021). Annual Report of Massage and Spa Operations Center 2021 in Thailand National Sports University: Lampang Campus.
- Phuvipadawat, S. (2011). *Learner centeredness & authentic assessment*. (4th ed.). ChiangMai : SaengSilp Printing
- Tirakanan, S. (2005). *Social science research methods: guidelines for practice*. (5th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Publishing House.
- Wansiri, S. (2021). *Strategic management for the impact of COVID-19 in health wellness and Spa Thai business*. (Master's Thesis). Mahidol University. Bangkok.