

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นสมาชิกของชมรมไทยล้านนาสปา จำนวน 15 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แต่ละราย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจสปา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสปา

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ใช้ในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจสปา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์

ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน
ผู้จัดการ	9
เจ้าของกิจการ	5
กรรมการผู้จัดการ	1
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการจำนวน 9 ราย เจ้าของกิจการ จำนวน 5 ราย และกรรมการผู้จัดการ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศของผู้ให้สัมภาษณ์

เพศของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน
เพศชาย	13
เพศหญิง	2
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเพศหญิง จำนวน 2 ราย และเพศชาย จำนวน 13 ราย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์

อายุของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน
31 - 40 ปี	8
20 - 30 ปี	5
41 - 50 ปี	2
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีจำนวน 8 ราย 20 -30 ปี จำนวน 5 ราย และ 41-50 ปี จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์

ระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน
ปริญญาตรี	12
ปริญญาโท	2
ปริญญาเอก	1
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีจำนวน 12 ราย ปริญญาโท จำนวน 2 ราย และปริญญาเอก จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามประสบการณ์ในธุรกิจสปาของผู้ให้สัมภาษณ์

ประสบการณ์ในธุรกิจสปาของผู้ให้สัมภาษณ์	จำนวน
1 ปี	2
2 ปี	7
3 ปี	4
4 ปี	2
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีประสบการณ์ในธุรกิจสปา 2 ปี จำนวน 7 ราย 3 ปี จำนวน 4 ราย และ 1 ปี และ 4 ปี จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	จำนวน
เจ้าของคนเดียว	11
บริษัทจำกัด	2
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ลักษณะของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 11 ราย บริษัทจำกัด จำนวน 2 ราย และห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 2 ราย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทของสปาที่ให้บริการ

ประเภทของสปาที่ให้บริการ	จำนวน
Day Spa	15
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ประเภทของสปาที่ให้บริการ เป็น Day Spa ทั้งหมด

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดโครงสร้างองค์กร

การจัดโครงสร้างองค์กร	จำนวน
จัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่หรือสายงาน	13
จัดโครงสร้างองค์กรแบบรวมอำนาจ	2
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่หรือสายงาน จำนวน 13 ราย จัดโครงสร้างองค์กรแบบรวมอำนาจ จำนวน 2 ราย โดยมีการจัดแบ่งหน้าที่หรือฝ่ายหลักๆ ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายบริการ และฝ่ายบัญชี/การเงิน พนักงานโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนเงินลงทุนของกิจการ

จำนวนเงินลงทุนของกิจการ	จำนวน
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	10
1-3 ล้านบาท	3
มากกว่า 10 ล้านบาท	1
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจำนวนเงินลงทุนต่ำกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 10 ราย 1-3 ล้านบาท จำนวน 3 ราย 5-10 ล้านบาท และมากกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

จำนวนเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ	จำนวน
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	13
1-3 ล้านบาท	1
3-5 ล้านบาท	1
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 13 ราย 1-3 ล้านบาท จำนวน 1 ราย และ 3-5 ล้านบาท จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ	จำนวน
1-3 ปี	5
3-5 ปี	10
รวม	15

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ 3-5 ปี จำนวน 10 ราย และตั้งแต่ 1-3 ปี จำนวน 5 รายตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

1. การประเมินสภาพเศรษฐกิจโดยรวม

ผู้ประกอบการได้ประเมินถึงสภาพเศรษฐกิจโดยรวมว่า อยู่ในช่วงคงตัวจำนวน 10 ราย สภาพเศรษฐกิจหดตัว จำนวน 4 ราย และสภาพเศรษฐกิจ ขยายตัว จำนวน 1 ราย ตามลำดับ โดย

2. ผลกระทบของสภาพเศรษฐกิจโดยรวมต่อธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการตอบว่า ปัจจัยในเรื่องสภาพเศรษฐกิจโดยรวมไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปา จำนวน 11 ราย ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปาทำให้อยอดขายลดลง จำนวน 3 ราย และส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปาทำให้อยอดขายเพิ่มขึ้น จำนวน 1 ราย

3. การประเมินอุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพ

ผู้ประกอบการได้ประเมินถึงสภาพอุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพว่า มีอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้น จำนวน 8 ราย อัตราการเจริญเติบโตคงที่ จำนวน 6 ราย และอัตราการเจริญเติบโตลดลง จำนวน 1 ราย

4. ผลกระทบของสภาพอุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพ ต่อธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการคิดว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมธุรกิจสุขภาพ ไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสปา จำนวน 9 ราย ส่งผลดีต่อธุรกิจสปา จำนวน 5 ราย และส่งผลเสียต่อธุรกิจสปา จำนวน 1 ราย

5. การประเมินช่วงวัฏจักรธุรกิจของธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการได้ประเมินช่วงวงจรชีวิตธุรกิจของธุรกิจสปาว่า อุตสาหกรรมสปาอยู่ในช่วงวงจรชีวิตธุรกิจ ในขั้นแนะนำ (Introduction) จำนวน 5 ราย ขั้นเจริญเติบโต (Growth) จำนวน 4 ราย ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Mature) จำนวน 4 ราย และ ขั้นตกต่ำ (Decline) จำนวน 3 ราย ตามลำดับ

6. การใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพของลูกค้า

ผู้ประกอบการคิดว่า ลูกค้ามีการใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพมากขึ้น จำนวน 8 ราย มีการใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพเท่าเดิม จำนวน 6 ราย และมีการใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพลดลง จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

1. การนำเทคโนโลยีมาใช้

ผู้ประกอบการได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการในรูปแบบของเครื่องมือเครื่องจักรที่ช่วยในการให้บริการจำนวนมากที่สุด 12 ราย รองลงมาได้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าจำนวน 9 ราย ระบบข้อมูลสารสนเทศ จำนวน 4 ราย ช่วยในการบริหารจัดการจำนวน 3 ราย และมีการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการทำการตลาด จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

2. ความซับซ้อนของเทคโนโลยีที่นำมาใช้

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จำนวน 14 ราย ตอบว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ ไม่มีความซับซ้อน มีเพียง 1 ราย ที่ตอบว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ มีความซับซ้อน

3. ราคาในการนำเทคโนโลยีมาใช้

ผู้ประกอบการตอบว่าราคาในการนำเทคโนโลยีมาใช้ไม่แพง จำนวน 12 ราย และตอบว่าเทคโนโลยีมีราคาแพง จำนวน 3 ราย

4. ความยุ่งยากในการนำเทคโนโลยีมาใช้

ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย ตอบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ไม่ยุ่งยากและตอบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้มีความยุ่งยากพอสมควร จำนวน 3 ราย

5. การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการ

ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการ จำนวน 8 ราย และไม่ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการให้บริการ จำนวน 7 ราย

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

1. ลูกค้าที่มาใช้บริการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการสปาของผู้ประกอบการ เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวน 11 ราย รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 6 ราย ชาวต่างชาติที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ 5 ราย และเป็นชาวไทยที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 ราย ตามลำดับ

2. ค่านิยมในการดูแลรักษาสุขภาพของลูกค้า

ผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย ตอบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการมีค่านิยมในการดูแลรักษาสุขภาพมากขึ้น ทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการสปามากขึ้น

3. รูปแบบการดำรงชีวิต

ผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย ตอบว่าลูกค้ามีรูปแบบการดำรงชีวิตที่หันมาใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพของตัวเองมากขึ้น

4. โครงสร้างอายุของประชากร

โครงสร้างอายุของประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน กล่าวคือมีจำนวนของผู้สูงอายุมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อกิจการจำนวน 13 ราย และส่งผลกระทบต่อกิจการในด้านไม่ดี ทำให้กลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายลดลง จำนวน 2 ราย

ปัจจัยด้านการแข่งขัน

1. จำนวนคู่แข่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจสปา ตอบว่าสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมสปา มีจำนวนคู่แข่งค่อนข้างมาก คือตั้งแต่ 20 รายขึ้นไป จำนวน 9 ราย ตอบว่ามีจำนวนคู่แข่ง 15-20 ราย จำนวน 4 ราย และตอบว่ามีจำนวนคู่แข่ง 5-9 ราย จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

2. สภาพการแข่งขัน

ผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย ตอบว่าระดับของการแข่งขันของอุตสาหกรรมมีความรุนแรงปานกลาง ตอบว่าระดับของการแข่งขันของอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมาก จำนวน 3 ราย ตอบว่าระดับของการแข่งขันของอุตสาหกรรมมีความรุนแรงน้อย จำนวน 2 ราย และตอบว่าระดับของการแข่งขันของอุตสาหกรรมไม่มีความรุนแรง จำนวน 1 ราย

3. กลยุทธ์ของคู่แข่งแต่ละรายใช้เป็นกลยุทธ์หลัก

กลยุทธ์ของคู่แข่งแต่ละรายใช้เป็นกลยุทธ์หลัก ได้แก่ คุณภาพของบริการและราคา มากที่สุด จำนวน 10 ราย รองลงมาเป็นความหลากหลายของบริการ จำนวน 6 ราย รูปแบบของบริการที่แตกต่าง และ คุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการ จำนวน 5 ราย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ สถานที่และทำเลที่ตั้ง จำนวน 2 ราย และเรื่องความน่าเชื่อถือของกิจการ การส่งเสริมการตลาด และ ความสะอาดสบายของสถานที่ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง

1. นโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนธุรกิจสปา

ผู้ประกอบการ ตอบว่ามีนโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนธุรกิจสปาในด้าน การตลาดมากที่สุด จำนวน 10 ราย ด้านการผลิตรายการ จำนวน 8 ราย ด้านการเงิน จำนวน 2 ราย และด้านการจัดการจำนวน 1 ราย ตามลำดับ

2. กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการ ตอบว่ามีกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ในเรื่องของ กฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานของบริการและกฎระเบียบเกี่ยวกับภาษี มากที่สุด จำนวน 7 ราย และกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานของผู้ให้บริการ และกฎระเบียบด้านสุขอนามัย จำนวน 5 ราย

ผู้ประกอบการ ประสบปัญหาในเรื่องการกำหนดมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 8 ราย เนื่องจากยังไม่มีความแน่ใจในเรื่องข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานในการประกอบธุรกิจสปาของหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ไม่ชัดเจนต้องอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานสาธารณสุขหรือมหาดไทย การจดทะเบียนเป็นสถานบริการหรือสถานพยาบาล รวมถึงการกำหนดมาตรฐานของการให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการมีการแก้ไขปัญหาความชัดเจนในเรื่องการกำหนดมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐโดยร่วมกับสมาคมไทยด้านนาสปาผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐได้แก่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานธุรกิจสปาให้มีความชัดเจน มากที่สุด จำนวน 7 ราย รองลงมาเป็น การพยายามกำหนดมาตรฐานกันเองระหว่างสมาชิกในสมาคมไทยด้านนาสปา จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของภาครัฐ จำนวน 4 ราย ซึ่งเกิดจากการที่กระทรวงการคลังโดยกรมสรรพสามิตได้ประกาศในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตธุรกิจสปาในอัตราร้อยละ 10 โดยให้จัดเก็บในหมวดเดียวกับสถานอบ อบ นวด ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่สูงขึ้นส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจสปา ซึ่งในเรื่องนี้ผู้ประกอบการทุกรายตอบว่า ไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของภาครัฐ

3. หน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงาน

ผู้ประกอบการ ตอบว่ามีหน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงาน ได้แก่ สมาคมไทยด้านนาสปามากที่สุด จำนวน 12 ราย สำนักงานสาธารณสุข จำนวน 7 ราย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 5 ราย และชมรมธุรกิจสุขภาพ จำนวน 3 รายตามลำดับ โดยให้การช่วยเหลือในเรื่อง การตลาด มากที่สุด จำนวน 12 ราย การบริการ และการจัดการ จำนวน 4 ราย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง จำนวน 5 ราย โดยผู้ประกอบการเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐยังไม่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจสปาอย่างจริงจัง ซึ่งยังมีประเด็นที่ธุรกิจสปายังต้องการการสนับสนุนเพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ อาทิ การสนับสนุนด้านการตลาด ต้องการให้ช่วยโฆษณา ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ มากกว่าที่เป็นอยู่ ช่วยแก้ไขภาพพจน์ของการนวดแผนไทยที่ถูกมองในแง่ลบเนื่องมาจากบริการแอบแฝง การสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ ต้องการให้รัฐสนับสนุนในเรื่องการจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการให้บริการและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการการแก้ไขปัญหานี้ โดย การผลักดันให้เกิดหลักสูตรนักบริหารธุรกิจสปาเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการสปา มากที่สุด จำนวน 4 ราย รองลงมาเป็น การผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

จุดแข็งของกิจการ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดแข็งด้านการตลาด

จุดแข็งด้านการตลาด	จำนวน
การมีบริการที่หลากหลาย	13
การมีบริการที่มีคุณภาพ	11
การกำหนดราคาเหมาะสม	9
มีทำเลที่ตั้งดี	7
พนักงานที่ให้บริการมีความเชี่ยวชาญ	5
การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ	3
เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	3
การบริการมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์	3
มีการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ	2
สถานที่เหมาะสมต่อการให้บริการ	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดแข็งทางการตลาดในเรื่อง การให้บริการที่หลากหลาย มากที่สุด จำนวน 13 ราย รองลงมาเป็นการมีบริการที่มีคุณภาพ จำนวน 11 ราย มีการกำหนดราคาเหมาะสม จำนวน 9 ราย มีทำเลที่ตั้งดี จำนวน 7 ราย พนักงานที่ให้บริการมีความเชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จำนวน 4 ราย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

และส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการบริการมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ จำนวน 3 ราย มีการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ จำนวน 2 ราย และสถานที่เหมาะสมต่อการให้บริการ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดแข็งด้านการให้บริการ

จุดแข็งด้านการให้บริการ	จำนวน
มีกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ	6
มีการใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยในการให้บริการ	2

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดแข็งทางด้านการบริการในเรื่องกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ มากที่สุด จำนวน 6 ราย และมีการใช้เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยในการให้บริการ จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดแข็งด้านการบริหารจัดการ

จุดแข็งด้านการบริหารจัดการ	จำนวน
ผู้บริหารมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ	7
มีการคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ	5
มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ	4
มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดแข็งทางด้านการบริหารจัดการในเรื่อง ผู้บริหารมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ มากที่สุด จำนวน 7 ราย รองลงมาเป็นการคัดเลือกบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ จำนวน 5 ราย มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ จำนวน 4 ราย และมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดแข็งด้านการเงิน

จุดแข็งด้านการเงิน	จำนวน
กิจการมีการหมุนเวียนเงินสดที่ดี	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดแข็งทางการเงิน ในเรื่องที่กิจการมีการหมุนเวียนเงินสดที่ดี จำนวน 1 ราย

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง สรุปได้ว่า จุดแข็งหลักของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ได้แก่ การมีบริการที่หลากหลาย การมีบริการที่มีคุณภาพ มีการกำหนดราคาเหมาะสม มีทำเลที่ตั้งดี และผู้บริหารมีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยส่วนใหญ่จะเป็นจุดแข็งด้านการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือ การมีบริการที่หลากหลายเพื่อสามารถตอบสนองความที่แตกต่างกันของลูกค้า และมีคุณภาพของบริการตามมาตรฐานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ รวมถึงมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมตามกำลังซื้อของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ไปจนถึงการมีทำเลที่ตั้งที่ดีเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกที่จะมาใช้บริการมากที่สุด ส่วนในเรื่องของประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ ของผู้บริหารก็เป็นส่วนสำคัญ เนื่องจากธุรกิจสปาประกอบด้วยศาสตร์และศิลป์หลายแขนง กิจการที่จะประสบความสำเร็จ ผู้บริหารต้องมีความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในธุรกิจสปาอย่างแท้จริง

จุดอ่อนของกิจการ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดอ่อนด้านการตลาด

จุดอ่อนด้านการตลาด	จำนวน
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง	7
ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม	6
ราคาแพงในมุมมองลูกค้า	4
โปรแกรมการส่งเสริมการขายใช้ไม่ค่อยได้ผล	3
สถานที่ในการให้บริการไม่เหมาะสมในการให้บริการ	2
บริการยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร	1
บริการไม่มีความแตกต่าง	1
บริการไม่หลากหลาย	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดอ่อนทางการตลาดในเรื่อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงมากที่สุด จำนวน 7 ราย รองลงมาเป็น ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม จำนวน 6 ราย ราคาแพงในมุมมองลูกค้า จำนวน 4 ราย โปรแกรมการส่งเสริมการขายใช้ไม่ค่อยได้ผล จำนวน 3 ราย สถานที่ในการให้บริการไม่เหมาะสมในการให้บริการ จำนวน 2 ราย และบริการยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร บริการไม่มีความแตกต่าง บริการยังไม่หลากหลาย เท่ากันจำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดอ่อนด้านการให้บริการ

จุดอ่อนด้านการให้บริการ	จำนวน
ขาดการนำเอาเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยมาช่วยในการให้บริการ	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดอ่อนทางการผลิตบริการ ในเรื่อง ขาดการนำเอาเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยมาช่วยในการให้บริการ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดอ่อนด้านการจัดการ

จุดอ่อนด้านการจัดการ	จำนวน
ผู้บริหารขาดประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ	3
การบริหารจัดการไม่เป็นระบบ	2
บุคลากรไม่มีประสิทธิภาพ	1
มีอัตราการเข้าออกของพนักงานที่มีฝีมือสูง	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดอ่อนทางการจัดการ ในเรื่อง ผู้บริหารขาดประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในธุรกิจมากที่สุด จำนวน 3 ราย รองลงมาเป็นการบริหารจัดการไม่เป็นระบบ จำนวน 2 ราย และไม่สามารถคัดเลือกบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอัตราการเข้าออกของพนักงานที่มีฝีมือสูง เท่ากัน จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามจุดอ่อนด้านการเงิน

จุดอ่อนด้านการเงิน	จำนวน
กิจการมีอัตรากำไรต่ำ	3
มีปัญหาในเรื่องของการหมุนเวียนเงินสด	2
ไม่มีการจัดการทางการเงินที่ดีเนื่องจากขาดประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กิจการมีจุดอ่อนทางการเงิน ในเรื่อง กิจการมีอัตรากำไรต่ำมากที่สุด จำนวน 3 ราย รองลงมาเป็น ปัญหาในเรื่องของการหมุนเวียนเงินสด จำนวน 2 ราย และ ไม่มีการจัดการทางการเงินที่ดี เนื่องจากขาดประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์จุดอ่อน สรุปได้ว่า จุดอ่อนหลักของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึง เนื่องมาจากการที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะการกระจายตัวสูง ทำให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง และการมีทำเลที่ตั้งที่ไม่เหมาะสม ทำให้ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โอกาสของกิจการ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามโอกาสทางด้านเศรษฐกิจ

โอกาสทางด้านเศรษฐกิจ	จำนวน
ลูกค้ามีการใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพมากขึ้น	10
สภาพอุตสาหกรรมสปาโดยรวมเติบโต	8
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้อมากขึ้น	4
สภาพเศรษฐกิจโดยรวมขยายตัวส่งผลให้อุตสาหกรรมสปาขยายตัว	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โอกาสของกิจการทางด้านเศรษฐกิจ ในเรื่อง ลูกค้ามีการใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพมากขึ้น มากที่สุด จำนวน 10 ราย รองลงมาเป็น สภาพอุตสาหกรรมสปาโดยรวมเติบโต จำนวน 8 ราย ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น จำนวน 4 ราย และ สภาพเศรษฐกิจโดยรวมขยายตัวส่งผลให้อุตสาหกรรมสปาขยายตัว จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามโอกาสทางด้านเทคโนโลยี

โอกาสทางด้านเทคโนโลยี	จำนวน
มีเทคโนโลยีที่จะมาช่วยในการบริการให้เลือกหลากหลาย	13
สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างสะดวกไม่ยุ่งยาก	7
สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ง่าย ไม่ซับซ้อน	2

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โอกาสของกิจการทางด้านเทคโนโลยี ในเรื่อง มีเทคโนโลยีที่จะมาช่วยในการบริการให้เลือกหลากหลาย มากที่สุด จำนวน 13 ราย รองลงมาเป็น สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างสะดวกไม่ยุ่งยาก จำนวน 7 ราย และสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ง่าย ไม่ซับซ้อน จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามโอกาสทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

โอกาสทางด้านสังคมและวัฒนธรรม	จำนวน
กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น	8
กระแสความนิยมในการใช้บริการสปาที่มีมาก	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โอกาสของกิจการทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ในเรื่อง กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น มากที่สุด จำนวน 8 ราย รองลงมาเป็น กระแสความนิยมในการใช้บริการสปาที่มีมากขึ้น จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามโอกาสทางการแข่งขัน

โอกาสทางการแข่งขัน	จำนวน
มีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการเพื่อกำหนดมาตรฐานด้านราคา	6
สภาพการแข่งขันไม่รุนแรง	5
คู่แข่งบางรายยังไม่มีศักยภาพเพียงพอ	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โอกาสของกิจการทางการแข่งขัน ในเรื่อง มีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการเพื่อกำหนดมาตรฐานด้านราคา มากที่สุด จำนวน 6 ราย รองลงมาเป็น สภาพการแข่งขันไม่รุนแรง จำนวน 5 ราย และคู่แข่งบางรายยังไม่มีศักยภาพเพียงพอ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามโอกาสทางการเมืองและกฎหมาย

โอกาสทางการเมืองและกฎหมาย	จำนวน
นโยบายรัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสปา	8
มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนธุรกิจสปา	5
มีกฎหมายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจสปา	2

จากตารางแสดงให้เห็นว่า โอกาสของกิจการทางการเมืองและกฎหมาย ในเรื่อง นโยบายรัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสปา มากที่สุด จำนวน 8 ราย รองลงมาเป็น มี

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนธุรกิจสปา จำนวน 5 ราย และมีกฎหมายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจสปา จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์โอกาส สรุปได้ว่า โอกาสหลักของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อุตสาหกรรมสปาโดยรวมยังมีเติบโตในอัตราที่สูง กระแสความนิยมในการดูแลรักษาสุขภาพมากขึ้น ลูกค้ามีการใช้จ่ายเงินด้านการผ่อนคลายและรักษาสุขภาพมากขึ้น มีเทคโนโลยีที่จะมาช่วยในการให้บริการให้เลือกหลากหลาย รวมทั้ง มีนโยบายรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสปา ซึ่งจะเห็นได้ว่า ธุรกิจสปายังมีโอกาสที่เปิดกว้างทั้งในส่วนของภาพรวมอุตสาหกรรมที่ยังเติบโต ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในเรื่องการให้ความสำคัญต่อการดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเป้าหมาย การมีเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการบริการ รวมถึงปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายที่รัฐบาลให้การสนับสนุน และประกาศให้จังหวัดเชียงใหม่เป็น 1 ใน 3 ของจังหวัดที่ใช้ตลาดสุขภาพเป็นจุดขาย

อุปสรรคของกิจการ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามอุปสรรคทางด้านเศรษฐกิจ

อุปสรรคทางด้านเศรษฐกิจ	จำนวน
สภาพเศรษฐกิจโดยรวมชะลอตัว ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยของประชาชนลดลง	11
ลูกค้ามีกำลังซื้อลดลง	5
อุตสาหกรรมสปาเริ่มอิ่มตัว	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า อุปสรรคของกิจการทางด้านเศรษฐกิจ ในเรื่อง สภาพเศรษฐกิจโดยรวมชะลอตัว ส่งผลให้อุตสาหกรรมสปาไม่เติบโต มากที่สุด จำนวน 11 ราย รองลงมา是客户กำลังซื้อลดลง จำนวน 5 ราย และอุตสาหกรรมสปาเริ่มอิ่มตัว จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

อุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี

ไม่มีผู้ประกอบการรายใดคิดว่ามีอุปสรรคทางด้านเทคโนโลยี เนื่องจากมีเทคโนโลยีที่จะมาช่วยในการบริการให้เลือกหลากหลาย สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างสะดวก ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน และการให้บริการหลักส่วนใหญ่จะใช้คนเป็นหลักทำให้ผู้ประกอบการ คิดว่าไม่มีอุปสรรคในการนำเทคโนโลยีมาใช้

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามอุปสรรคทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

อุปสรรคทางด้านสังคมและวัฒนธรรม	จำนวน
โครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลงทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายลดลง	4
กระแสความนิยมในการใช้บริการสลายตัว	2

จากตารางแสดงให้เห็นว่า อุปสรรคของกิจการทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ในเรื่องโครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลงทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายลดลง มากที่สุด จำนวน 4 ราย รองลงมา เป็น กระแสความนิยมในการใช้บริการสลายตัว จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามอุปสรรคทางการแข่งขัน

อุปสรรคทางการแข่งขัน	จำนวน
มีคู่แข่งจำนวนมาก	3
สภาพการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง	3
มีการตัดราคากันระหว่างผู้ประกอบการ	3

จากตารางแสดงให้เห็นว่า อุปสรรคของกิจการทางการแข่งขัน มีมากที่สุด 3 ประเด็น เท่ากัน คือ มีคู่แข่งจำนวนมาก สภาพการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง รวมถึง มีการตัดราคากันระหว่างผู้ประกอบการ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนของผู้ประกอบการ จำแนกตามอุปสรรคด้านการเมืองและกฎหมาย

อุปสรรคด้านการเมืองและกฎหมาย	จำนวน
ขาดสถาบันการเงินที่ช่วยเหลือในด้านเงินทุน	8
ขาดหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือการดำเนินงาน	3
มีกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจสภา เท่ากันจำนวน	3

จากตารางแสดงให้เห็นว่า อุปสรรคของกิจการด้านการเมืองและกฎหมาย ในเรื่องขาดสถาบันการเงินที่ช่วยเหลือในด้านเงินทุน มากที่สุด จำนวน 8 ราย รองลงมา เป็น การขาดหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือการดำเนินงาน และ มีกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจสภา เท่ากันจำนวน 3 ราย ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์อุปสรรค สรุปได้ว่า อุปสรรคหลักของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจโดยรวมชะลอตัว ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยของประชาชนลดลง และการขาดสถาบันการเงินที่ช่วยเหลือในด้านเงินทุน ซึ่งจะเห็นได้ว่าถึงแม้อุตสาหกรรมสปา โดยรวมยังมีเติบโตในอัตราที่สูง แต่สภาพเศรษฐกิจโดยรวมเริ่มชะลอตัว ผู้คนมีการจับจ่ายใช้สอย ลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสปาซึ่งถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้คนมีแนวโน้มจะลด การจับจ่ายใช้สอยในด้านนี้ลง ส่วนการที่ผู้ประกอบการวิเคราะห์ว่ายังขาดสถาบันการเงินที่ ช่วยเหลือในด้านเงินทุน ถึงแม้รัฐบาลจะให้การสนับสนุน แต่ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยเงิน ลงทุนสูง ทั้งในส่วนของการลงทุนเริ่มต้นและเงินทุนที่หมุนเวียนในกิจการ แต่ยังไม่มีการช่วยเหลือ ในด้านเงินทุนสำหรับธุรกิจสปาเป็นการเฉพาะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาใช้ในการดำเนินงาน

การแบ่งส่วนตลาด

ผู้ประกอบการทั้งหมด ได้แบ่งส่วนตลาดของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพิจารณาแยกตามปัจจัยต่างๆ ได้แก่

เกณฑ์ภูมิศาสตร์ ใช้ปัจจัย

ลักษณะการอยู่อาศัยของลูกค้า โดยแบ่งได้เป็นกลุ่มลูกค้าที่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ กับ ลูกค้าที่ไม่ได้อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ คือ อยู่ต่างจังหวัด หรือ ต่างประเทศ

เกณฑ์ประชากรศาสตร์ ใช้ปัจจัย

1. เพศและอายุ โดยแบ่งเป็นชายและหญิง อายุ โดยแบ่งเป็นช่วงอายุ 3 ช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่มผู้ที่เลยวัยกลางคนอย่างเข้าสู่กลุ่มสูงอายุ 40-60 ปี หนุ่มสาวที่เพิ่งจบการศึกษาใหม่ๆ อยู่ในวัยทำงาน อายุ 25-40 ปี และกลุ่ม วัยรุ่นนักเรียนนักศึกษา อายุระหว่าง 15-25 ปี
2. เชื้อชาติ โดย แบ่งเป็น กลุ่มชาวไทย และกลุ่มชาวต่างชาติ ได้แก่ กลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และเอเชีย
3. อาชีพ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มคนที่ทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ อาทิ เจ้าของธุรกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ นักเรียนนักศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เกณฑ์จิตวิทยา ใช้ปัจจัย

1. ค่านิยม โดยแบ่งเป็น ผู้ที่มีค่านิยมรักสวยรักงาม ผู้ที่มีค่านิยมรักสุขภาพ ผู้ที่มีค่านิยมชอบการผ่อนคลาย และผู้ที่มีค่านิยมชอบออกกำลังกาย
2. วิธีการดำรงชีวิต โดยแบ่งเป็นผู้ที่สนใจในเรื่องเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ ผู้ที่สนใจในเรื่องความงาม ผู้ที่สนใจติดตามแฟชั่นอยู่เสมอ ผู้ที่ชอบออกกำลังกาย และผู้ที่ชอบการผ่อนคลาย

เกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์ ใช้ปัจจัย

1. อัตราการใช้บริการ โดยแบ่งเป็น ผู้ที่ใช้บริการทุกวัน ผู้ที่ใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ผู้ที่ใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ผู้ที่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง ผู้ที่ใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง และผู้ที่ใช้บริการ 2-3 เดือนต่อครั้ง
2. ประโยชน์ที่ต้องการจากการใช้บริการ โดยแบ่งเป็น ประโยชน์เพื่อความงาม ประโยชน์เพื่อการผ่อนคลาย ประโยชน์เพื่อการรักษาสุขภาพ ประโยชน์เพื่อการเข้าสังคม
3. โอกาส/เวลาที่ชอบในการใช้บริการสปา โดยแบ่งเป็น โอกาสในการใช้บริการ ได้แก่ การใช้บริการในวันธรรมดา วันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดพิเศษ วันที่เป็นโอกาสพิเศษ

(เช่น วันเกิด) รวมถึงช่วงเวลาที่ชอบในการใช้บริการ ได้แก่ ช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น. ช่วงเวลา 12.00 – 17.00 น. และช่วงเวลาตั้งแต่ 17.00 น. เป็นต้นไป

ลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 1

ถือเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก คิดเป็นประมาณร้อยละ 70 ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และเอเชีย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับอายุตั้งแต่ 25 ถึง 40 ปี มีค่านิยมรักสุขภาพ ชอบการผ่อนคลายและชอบออกกำลังกาย สนใจเกี่ยวกับเรื่องการดูแลสุขภาพ มีอัตราการใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 2-3 ครั้ง ประโยชน์ที่ต้องการจากการใช้บริการเพื่อการผ่อนคลายและการรักษาสุขภาพ ส่วนใหญ่จะใช้บริการในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 12.00 น. เป็นต้นไป

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2

ถือเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรอง คิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวไทยที่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มคนที่ไม่ได้อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งส่วนที่มาทำงานหรือมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับอายุแบ่งเป็นช่วงอายุ 3 ช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่มวัยทำงานทั้งที่เป็นข้าราชการ พนักงานเอกชน และเจ้าของกิจการอายุ 40-60 ปี กลุ่มหนุ่มสาวที่เพิ่งจบการศึกษาใหม่ๆ อยู่ในวัยทำงาน อายุ 25-40 ปี และกลุ่ม วัยรุ่นนักเรียนนักศึกษา อายุระหว่าง 15-25 ปี มีค่านิยมรักสวยรักงาม เน้นการดูแลตัวเองในเรื่องความงามเป็นหลัก มีอัตราการใช้บริการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ประโยชน์ที่ต้องการจากการใช้บริการเพื่อความงาม ส่วนใหญ่จะใช้บริการในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันที่เป็นโอกาสพิเศษเช่น วันเกิด หรือในช่วงเทศกาล จะใช้บริการตั้งแต่เวลา 17.00 น. เป็นต้นไป

การวางตำแหน่งทางการตลาด

ผู้ประกอบการได้วางตำแหน่งทางการตลาด ของธุรกิจสปาเพื่อกำหนดตำแหน่งในการแข่งขันที่แตกต่างในจิตใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้เกณฑ์ ผลประโยชน์ที่ได้จากบริการในเรื่องของการดูแลสุขภาพสุขภาพมากที่สุด จำนวน 9 ราย ซึ่งได้แก่ การที่ลูกค้าจะมีสุขภาพที่ดีขึ้นจากการรับบริการ เช่น การผ่อนคลายความปวดเมื่อย หรือรักษาอาการปวดเมื่อยเรื้อรังจากการนวดการวิเคราะห์ธาตุทั้ง 4 ของลูกค้ารายบุคคล เพื่อกำหนดบริการและโภชนาการที่เหมาะสม เป็นต้น รองลงมาเป็น มิถุนสมบัติหรือวิธีการให้บริการที่แตกต่าง จำนวน 6 ราย ยกตัวอย่างเช่น การผสมทำ

นวดจากหลายประเทศมารวมเป็น 1 ท่า การนวดโดยใช้เทอราปีสพร้อมกัน 2 คน นวดในจังหวะที่เหมือนกัน การใช้ทริทเม้นท์ที่ทำจากข้าวหอมมะลิและน้ำมันหอม ร่องลงมาเป็นคุณภาพของบริการที่เหมาะสมกับราคา จำนวน 4 ราย อันได้แก่ การกำหนดราคาของบริการที่ไม่สูงเกินไปนัก เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้กว้างกว่า และ การมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง รวมถึง มีบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง จำนวน 1 รายเท่านั้น ตามลำดับ

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (บริการ)

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาให้มีการให้บริการ แบ่งออกได้เป็น บริการหลัก ๆ 4 ประเภท ได้แก่

1. การบำบัดด้วยน้ำ เป็นรูปแบบของการใช้น้ำเพื่อผ่อนคลายร่างกายและรักษาสุขภาพ โดยใช้น้ำเพื่อกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต บรรเทาอาการปวด
2. การบำบัดด้วยมือ เป็นการสัมผัสไปตามกล้ามเนื้อหรือจุดต่างๆบนร่างกายในลักษณะของการนวด ช่วยให้ร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ได้รับการผ่อนคลาย ปรับปรุงระบบการไหลเวียนของโลหิต ระบบการทำงานของกล้ามเนื้อและระบบประสาท ตลอดจนบรรเทาอาการปวด
3. พฤษบำบัด เป็นการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากความตึงเครียดให้กลับสู่ความสมดุลด้วยกลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย ซึ่งสกัดจากดอกไม้ หรือพืชที่มีกลิ่นหอม
4. บริการอื่นๆ ประกอบด้วย การเสริมความงาม การออกกำลังกาย และการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ

ตารางที่ 28 แสดงบริการด้านการบำบัดด้วยน้ำ ที่ผู้ประกอบการมี

การบำบัดด้วยน้ำ	การแช่น้ำ	การอาบน้ำ	การอบไอน้ำ	กายภาพบำบัด ในน้ำ
ผู้ประกอบการรายที่ 1	√	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 2	√	√	√	
ผู้ประกอบการรายที่ 3	√	√	√	
ผู้ประกอบการรายที่ 4			√	
ผู้ประกอบการรายที่ 5			√	
ผู้ประกอบการรายที่ 6				
ผู้ประกอบการรายที่ 7	√	√	√	
ผู้ประกอบการรายที่ 8	√	√	√	
ผู้ประกอบการรายที่ 9	√			
ผู้ประกอบการรายที่ 10			√	
ผู้ประกอบการรายที่ 11	√	√	√	
ผู้ประกอบการรายที่ 12				√
ผู้ประกอบการรายที่ 13			√	
ผู้ประกอบการรายที่ 14	√			√
ผู้ประกอบการรายที่ 15	√	√	√	√

จากตารางแสดงให้เห็นว่า การบำบัดด้วยน้ำ ประกอบด้วย การแช่น้ำ การอาบน้ำ การอบไอน้ำ และการกายภาพบำบัดในน้ำ โดย กิจการ มีการให้บริการด้านการบำบัดด้วยน้ำ ในด้าน การอบไอน้ำ มากที่สุด จำนวน 11 ราย รองลงมาเป็นการแช่น้ำ จำนวน 9 ราย การอาบน้ำ จำนวน 7 ราย และการกายภาพบำบัดในน้ำ จำนวน 4 ราย ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่จะมีบริการด้านการบำบัดด้วยน้ำ ที่เป็นพื้นฐาน ได้แก่ การอบไอน้ำ การแช่น้ำ และการอาบน้ำ มีเพียงบางกิจการที่จะมีบริการด้านกายภาพบำบัดในน้ำ เนื่องจากต้องอาศัยความรู้เฉพาะทางเพื่อให้การบำบัดเป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่เกิดอันตรายต่อลูกค้า

การบำบัดด้วยน้ำที่ลูกค้าใช้บริการเป็นประจำ เรียงตามลำดับจากที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ การอบไอน้ำ การแช่น้ำ การอาบน้ำ และการกายภาพบำบัดในน้ำ ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงบริการด้านการบำบัดด้วยมือที่ผู้ประกอบการมี

การบำบัดด้วยมือ	การนวด ไทย	การนวด สวีดิช	การนวด หน้า	การนวด เท้า	การนวด สมุนไพร	การนวด กระชับ ทรงอก	การ ประคบ
ผู้ประกอบการรายที่ 1	√	√	√	√	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 2	√		√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 3	√	√	√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 4	√	√	√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 5	√	√	√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 6	√		√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 7	√	√	√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 8	√	√	√	√			√
ผู้ประกอบการรายที่ 9	√		√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 10	√		√				√
ผู้ประกอบการรายที่ 11	√	√	√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 12			√		√		
ผู้ประกอบการรายที่ 13	√		√		√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 14	√		√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 15	√		√	√	√		√

จากตารางแสดงให้เห็นว่า การบำบัดด้วยมือ ประกอบด้วย การนวดไทย การนวด สวีดิช การนวดหน้า การนวดเท้า การนวดสมุนไพร และการนวดกระชับทรงอก โดยกิจการ มีการให้บริการด้านการบำบัดด้วยมือ ในด้าน การนวดหน้า มากที่สุดจำนวน 15 ราย รองลงมาเป็นการนวดไทย และการประคบ จำนวน 14 ราย การนวดสมุนไพร จำนวน 13 ราย การนวดเท้า จำนวน 12 ราย การนวด สวีดิช จำนวน 7 ราย และการนวดกระชับทรงอก จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่จะมีบริการด้านการบำบัดด้วยมือที่เป็นพื้นฐาน ได้แก่ การนวดหน้า การนวดไทย การประคบ การนวดเท้า และการนวดสมุนไพร มีบางกิจการที่จะมีบริการ นวดสวีดิช และ นวดกระชับทรงอก เนื่องจากต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญของผู้ให้บริการอย่างมาก

การบำบัดด้วยมือที่ถูกค่าใช้บริการเป็นประจำ เรียงตามลำดับจากที่ถูกค่าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ การนวดเท้า รองลงมาเป็น การประคบ การนวดไทย การนวดสวีดิช การนวดหน้า การนวดสมุนไพร และการนวดกระชับทรงอก ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงบริการด้านพฤษกษาบำบัดที่ผู้ประกอบการมี

พฤษกษาบำบัด	Aroma Therapy	การพอกหน้า	การพอกตัว	การห่อผิวด้วยสมุนไพร	การขัดผิวด้วยสมุนไพร
ผู้ประกอบการรายที่ 1	√	√	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 2	√	√	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 3	√	√	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 4	√	√	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 5	√	√	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 6		√	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 7	√				
ผู้ประกอบการรายที่ 8	√	√	√		√
ผู้ประกอบการรายที่ 9	√				
ผู้ประกอบการรายที่ 10	√				
ผู้ประกอบการรายที่ 11		√	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 12	√				
ผู้ประกอบการรายที่ 13	√				
ผู้ประกอบการรายที่ 14	√	√	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 15	√				

จากตารางแสดงให้เห็นว่าพฤษกษาบำบัด ประกอบด้วย Aroma Therapy การพอกหน้า การพอกตัว การห่อผิวด้วยสมุนไพร การขัดผิวด้วยสมุนไพร โดยกิจการ มีการให้บริการด้านพฤษกษาบำบัด ในด้าน Aroma Therapy มากที่สุด จำนวน 13 ราย รองลงมาเป็น การการพอกหน้า การพอกตัว จำนวน 9 ราย การขัดผิวด้วยสมุนไพร จำนวน 4 ราย และการห่อผิวด้วยสมุนไพร จำนวน 3 ราย ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่จะมีบริการด้านพฤษกายบำบัดที่เป็นพื้นฐาน ได้แก่ Aroma Therapy การพอกหน้า และการพอกตัว มีบางกิจการที่จะมีบริการ ห่อผิวด้วยสมุนไพร และการขัดผิวด้วยสมุนไพร

พฤษกายบำบัด ที่ลูกค้าใช้บริการเป็นประจำ เรียงตามลำดับจากที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ การขัดผิวด้วยสมุนไพร รองลงมาเป็นการพอกหน้า Aroma Therapy การพอกตัว และ การห่อผิวด้วยสมุนไพร ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงบริการด้านบริการอื่นๆที่ผู้ประกอบการมี

บริการอื่นๆ	การเสริมความงาม	การออกกำลังกาย	การให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ
ผู้ประกอบการรายที่ 1		√	
ผู้ประกอบการรายที่ 2	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 3	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 4	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 5	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 6	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 7	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 8	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 9	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 10	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 11	-	-	
ผู้ประกอบการรายที่ 12	√	√	√
ผู้ประกอบการรายที่ 13	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 14	√		
ผู้ประกอบการรายที่ 15	√		

จากตารางแสดงให้เห็นว่า บริการอื่นๆ ประกอบด้วย การเสริมความงาม การออกกำลังกาย เช่น แอโรบิค โยคะ ฯลฯ และการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ โดยกิจการ มีการให้บริการการเสริมความงามมากที่สุด จำนวน 13 ราย รองลงมาเป็นการออกกำลังกาย จำนวน 3 ราย และการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยส่วนใหญ่จะมีบริการอื่นๆที่เป็นพื้นฐาน ได้แก่ บริการเสริมความงาม

บริการอื่นๆที่ลูกค้าใช้บริการเป็นประจำ เรียงตามลำดับจากที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ การเสริมความงาม รองลงมาเป็น การออกกำลังกาย และการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการตามลำดับ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาทุกกิจการมีการจัดบริการเป็นแพ็คเกจ โดยจะเป็นการรวมบริการประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น ตัวอย่างของบริการ 1 แพ็คเกจ จะประกอบด้วย การแช่น้ำในอ่างจาคูชี่ การนวด และการขัดผิว เป็นต้น ซึ่งลูกค้านิยมเลือกซื้อบริการแบบแพ็คเกจเนื่องจากมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปมากกว่าการซื้อบริการแยกแต่ละแบบ

จะเห็นได้ว่าบริการพื้นฐานที่มีของผู้ประกอบการ โดยส่วนใหญ่ ได้แก่ การอบไอน้ำ การแช่น้ำ การอาบน้ำ การนวดหน้า การนวดไทย การประคบ การนวดเท้า การนวดสมุนไพร Aroma Therapy การพอกหน้า การพอกตัว และการเสริมความงาม ซึ่งจะเป็นบริการที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวก ใช้เวลาในการให้บริการต่อครั้งไม่นานนัก สามารถใช้บริการได้ในระหว่างวัน ไม่บริการห้องพัก เนื่องจากทุกกิจการมีประเภทของสปาที่ให้บริการ เป็น Day Spa ทั้งหมด

กลยุทธ์ราคา

การกำหนดราคาของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ก่อนข้างจะมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปราคาของบริการประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

การบำบัดด้วยน้ำ มีการกำหนดราคาโดยเฉลี่ยแบ่งได้เป็น 4 ระดับราคา ได้แก่ ระดับราคาไม่เกิน 500 บาทต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1 ชั่วโมง ระดับราคา 501-800 บาท ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1.5 ชั่วโมง ระดับราคา 801-1,200 บาท มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1.5 ชั่วโมง และระดับราคา 1,201-2,500 บาท มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง

การบำบัดด้วยมือ มีการกำหนดราคาโดยเฉลี่ยแบ่งได้เป็น 3 ระดับราคา ได้แก่ ระดับราคา 250-700 บาทต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1 ชั่วโมง ระดับราคา 701-1,500 บาท ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1.5 ชั่วโมง ระดับราคา 1,501- 2,200 บาท มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง

พฤษบำบัด มีการกำหนดราคาโดยเฉลี่ยแบ่งได้เป็น 4 ระดับราคา ได้แก่ ระดับราคาไม่เกิน 1,000 บาทต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1 ชั่วโมง ระดับราคา 1,001-1,500 บาท ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1.5 ชั่วโมง ระดับราคา 1,501 - 2,000

บาท มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง และระดับราคา ตั้งแต่ 2,000 บาทขึ้นไป มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง

บริการอื่นๆ มีการกำหนดราคาโดยเฉลี่ยแบ่งได้เป็น 5 ระดับราคา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่ให้บริการ โดยจะคิดราคาค่าบริการต่อครั้งและการคิดราคาค่าบริการเป็นคอร์ส ได้แก่ ระดับราคาไม่เกิน 500 บาทต่อครั้ง กรณีคิดราคาค่าบริการต่อครั้ง ระดับราคา 501- 1,000 บาท ต่อครั้ง กรณีคิดราคาค่าบริการต่อครั้ง ระดับราคา 1,001 - 1,500 บาท กรณีคิดราคาค่าบริการต่อครั้ง ระดับราคา 1,501 - 3,000 บาท กรณีคิดราคาค่าบริการเป็นคอร์ส และ 3,000 บาทขึ้นไป กรณีคิดราคาค่าบริการเป็นคอร์ส

บริการที่เป็นแพคเกจ มีการกำหนดราคาโดยเฉลี่ยแบ่งได้เป็น 4 ระดับราคา ได้แก่ ระดับราคา 800 - 1,500 บาทต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง ระดับราคา 1,501- 2,500 บาท ต่อครั้ง มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 3 ชั่วโมง ระดับราคา 2,501 - 3,500 บาท มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 5 ชั่วโมง และระดับราคา ตั้งแต่ 3,501 บาท ไปจนถึง 5,800 บาท มีระยะเวลาในการให้บริการเฉลี่ยประมาณ 5 ชั่วโมง

ผู้ประกอบการมีวิธีการกำหนดราคา โดยพิจารณาจากต้นทุนมากที่สุด จำนวน 14 ราย รองลงมาเป็น วิธีพิจารณาจากการแข่งขัน จำนวน 5 ราย พิจารณาจากหลายปัจจัย จำนวน 2 ราย และพิจารณาจากความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 ราย ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการทั้ง 15 รายมีการตั้งราคาเป็นแพคเกจที่หลากหลาย มีการให้ส่วนลด และมีราคาพิเศษสำหรับสมาชิก

ผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ประสบปัญหาการตัดราคาของกลุ่มแข่งขัน เนื่องจากการแข่งขันกันสูงขึ้น ผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดได้จำเป็นต้องมีความแตกต่างหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายย่อยที่ยังไม่สามารถหาความแตกต่างหรือจุดเด่นของตัวเองได้ จึงใช้กลยุทธ์ราคามาเป็นกลยุทธ์หลักในการแข่งขัน ทำให้เกิดสงครามราคาขึ้นในธุรกิจสปาซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสปามีการแก้ไขปัญห โดย การพยายามสร้างความแตกต่างให้กับบริการของตนเอง เช่น เน้นการให้บริการของพนักงานที่เป็นเลิศ พัฒนามาตรฐานของบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง การให้บริการที่เหมาะสมกับข้อจำกัดทางด้านร่างกายของลูกค้าแต่ละราย ฯลฯ มากที่สุดจำนวน 8 ราย รองลงมาเป็น การลดต้นทุนการให้บริการโดยคงราคาเดิม จำนวน 4 ราย และการลดราคาบริการบางบริการเพื่อการแข่งขัน จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

กลยุทธ์การจัดจำหน่าย

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีเลือกทำเลที่ตั้งโดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมโดยรอบมากที่สุดจำนวน 11 ราย รองลงมาเป็น พิจารณาจาก สถานที่จอดรถจำนวน 7 ราย พิจารณาจาก ระบบสาธารณูปโภค จำนวน 6 ราย และพิจารณาจากความปลอดภัยจำนวน 5 ราย ตามลำดับ

ในส่วนของ การจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการทั้งหมดมีการขายผ่านหน้าร้าน รองลงมาเป็นการขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 9 ราย และการขายผ่านตัวแทนหรือนายหน้า ได้แก่ เอเจนซีทัวร์ โรงแรม เกสต์เฮาส์ จำนวน 8 ราย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกเหนือจากการขายผ่านหน้าร้าน คือ การขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในส่วนของ การซื้อผ่านเว็บไซต์ของกิจการเอง และ การซื้อหรือจองผ่านเว็บไซต์อื่นๆ เช่น เว็บไซต์รวมแหล่งท่องเที่ยว หรือ เว็บไซต์ของตัวแทนหรือนายหน้า รองลงมาเป็นการขายผ่านตัวแทนหรือนายหน้า ซึ่งได้แก่ เอเจนซีทัวร์ โรงแรม เกสต์เฮาส์ ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปใช้บริการ

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่

การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ได้แก่ การใช้แผ่นพับ มากที่สุด จำนวน 15 ราย รองลงมาเป็น โปสเตอร์ จำนวน 12 ราย หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจำนวน 8 ราย วิทยุ และ ป้ายโฆษณากลางแจ้งจำนวน 3 ราย การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต จำนวน 2 ราย และการแทรกใบปลิวในนิตยสาร โทรทัศน์ พาหนะเคลื่อนที่ การโฆษณา จดขาย Directory และการแนะนำปากต่อปาก จำนวน 1 ราย ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการมีความเห็นว่าสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ได้แก่ แผ่นพับ เนื่องจากสามารถให้รายละเอียดได้ครบถ้วนและมีราคาไม่แพง รองลงมาเป็น โปสเตอร์ และ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเนื่องจากสามารถให้รายละเอียดได้ครบถ้วนเหมือนแผ่นพับ แต่มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่า การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตเนื่องจากสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้กว้าง โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ

การประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การให้ข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการให้สัมภาษณ์ มากที่สุด จำนวน 5 ราย รองลงมาเป็นการลงบทความในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการเป็นสปอนเซอร์ จำนวน 4 ราย การบริจาคเพื่อการกุศล จำนวน 2 ราย และการสัมมนารวมถึงการจัดกิจกรรมบริการชุมชน จำนวน 1 ราย ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการมีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ที่มี

ประสิทธิภาพมากที่สุด ได้แก่ การให้ข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการให้สัมภาษณ์ เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกิจการผ่านสื่อที่ลูกค้าเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะพบเห็น

การใช้พนักงานขาย โดยผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย มีการให้พนักงานนำเสนอบริการไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และอีก 6 ราย ไม่มีการใช้พนักงานขาย โดยผู้ประกอบการที่มีการใช้พนักงานขายมีความคิดเห็นว่า การใช้พนักงานขายจะช่วยนำเสนอสินค้าได้ดีขึ้น สามารถอธิบายรายละเอียดของบริการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงของลูกค้าแต่ละรายได้ ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ใช้พนักงานขายมีความคิดเห็นว่า ไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานขายเนื่องจากมีต้นทุนสูง และสามารถให้พนักงานต้อนรับในร้านทำหน้าที่นำเสนอบริการแทนได้

การส่งเสริมการขาย ได้แก่ การให้ส่วนลดมากที่สุดจำนวน 15 ราย รองลงมาเป็นการใช้คูปอง จำนวน 12 ราย การแถมบริการเมื่อใช้ครบตามที่กำหนด จำนวน 5 ราย การให้ Commission กับตัวแทนหรือนายหน้า จำนวน 4 ราย การให้ Commission กับพนักงานขาย จำนวน 3 ราย และการจัดแสดงสินค้าและการจัดนิทรรศการ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การให้ส่วนลด เนื่องจากสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อทันที รองลงมาเป็นการใช้คูปอง เนื่องจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อกิจการอยากมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงการให้ Commission กับตัวแทนหรือนายหน้า และการให้ Commission กับพนักงานขาย เนื่องจากสามารถช่วยกระตุ้นให้เกิดการขายได้ดีขึ้น

การตลาดทางตรง ได้แก่ การใช้ E-Mail มากที่สุด จำนวน 11 ราย รองลงมาเป็นการตลาดทางโทรศัพท์ จำนวน 7 ราย และ การใช้จดหมายตรง Fax รวมถึง SMS เท่ากันจำนวน 1 ราย ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การใช้ E-Mail เนื่องจากมีต้นทุนที่ถูกลง สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงที่สุด อีกทั้งยังสามารถคัดเลือกลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นการใช้โทรศัพท์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง แต่ค่อนข้างจะมีต้นทุนที่สูงและใช้เวลานาน

กลยุทธ์ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

การจัดโครงสร้างบุคลากรในการให้บริการ จะจัดโครงสร้างโดยแบ่งตามหน้าที่ในการให้บริการ มากที่สุด จำนวน 9 ราย รองลงมาเป็นการจัดโครงสร้างบุคลากรในการให้บริการโดยแบ่งตามประเภทของบริการ จำนวน 5 ราย และไม่มีการแบ่งหน้าที่ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย จะทำการคัดเลือกพนักงานบริการโดยคัดเลือกจากผู้ที่มีประสบการณ์มาแล้ว โดยผู้ประกอบการจำนวน 9 ราย มีการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานในรูปแบบของเงินเดือน รองลงมาเป็นการจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบของเงินเดือนบวกกับ จำนวนครั้งในการ

ให้บริการ จำนวน 5 ราย และ จ่ายตามจำนวนครั้งที่ให้บริการจำนวน 1 รายตามลำดับ โดยกิจการมีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับสปา และการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ มากที่สุด จำนวน 9 ราย รองลงมาเป็นการพัฒนาทักษะในการให้บริการ จำนวน 8 ราย และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ จำนวน 4 ราย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการทั้งหมดจะให้ความสำคัญกับมาตรฐานในการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากพนักงานผู้ให้บริการ หรือ เทอราปิส ถือเป็นปัจจัยหลักที่จะกำหนดคุณภาพของการให้บริการ นอกเหนือจาก บรรยากาศหรือการตกแต่ง

ในเรื่องของบุคลากร ผู้ประกอบการจำนวน 13 ราย ประสบปัญหาการขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist) ซึ่งมีเหตุผลหลักมาจาก ธุรกิจสปาขยายตัวอย่างรวดเร็ว การพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะในส่วนของพนักงานผู้ให้บริการ(Therapist) ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้มีการขาดแคลนนักบำบัดทั้งจำนวนและคุณภาพ ส่งผลให้เกิดการซื้อตัวพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist) ระหว่างกิจการ ซึ่งผู้ประกอบการมีการแก้ไขปัญหา โดยใช้วิธีการจ่ายค่าตอบแทนที่สูงขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจพนักงานที่มีอยู่ มากที่สุด จำนวน 12 ราย รองลงมาเป็นการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานเดิมที่มีศักยภาพให้สามารถเป็น Therapist ได้ จำนวน 8 ราย และการผลักดันให้เกิดการจัดทำหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรนักบำบัดที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ จำนวน 7 ราย ตามลำดับ

กลยุทธ์ด้านการนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการให้ความสำคัญกับ ภูมิทัศน์ในการให้บริการ ในเรื่อง การออกแบบภายในและภายนอกอาคาร รวมถึง สภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร มากที่สุด จำนวน 10 ราย รองลงมาเป็นการคำนึงถึงสภาพภูมิทัศน์โดยรวม จำนวน 5 ราย และการใช้ป้ายสัญลักษณ์ที่โดดเด่นสามารถดึงดูดลูกค้าได้ จำนวน 4 ราย ตามลำดับ

ส่วนในเรื่อง สิ่งที่มีมองเห็นได้อื่นๆ ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 15 รายมี การใช้เครื่องแบบพนักงาน รองลงมาเป็นการใช้นามบัตร จำนวน 14 ราย ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐาน จำนวน 11 ราย เอกสารรายงาน จำนวน 5 ราย วุฒิบัตรจำนวน 4 ราย เกียรติบัตร จำนวน 3 ราย และรางวัล จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการทั้งหมดจะให้ความสำคัญในการสร้างบรรยากาศของสภาพแวดล้อมให้ลูกค้ามีความสุขสงบน่าจดจำ เพื่อการบำบัดฟื้นฟูสภาพร่างกายจากความเครียด การบำรุงรักษาสภาพจิตใจจากธรรมชาติ รวมถึงการเสริมสร้างความงาม

กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 15 รายมีขั้นตอนการให้บริการ โดยพื้นฐานที่เหมือนกัน คือ เริ่มด้วยการต้อนรับลูกค้า การจัดเตรียมวัสดุและสถานที่ในการให้บริการ การให้บริการ การรับชำระเงิน และการส่งลูกค้า แต่จะแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น การต้อนรับลูกค้า การจัดส่วนที่ลูกค้าคอยเพื่อรับบริการ ฯลฯ โดยมีการเตรียมความพร้อมก่อนการให้บริการในเรื่องความพร้อมของพนักงาน ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการ รวมถึงความพร้อมของสถานที่ ก่อนการให้บริการทุกครั้ง

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จากผู้ประกอบการธุรกิจสปา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจสปาประสบปัญหา และมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้แก่

ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ

1. การขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist)

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาในด้านนี้มากที่สุด จำนวน 13 ราย ซึ่งมีเหตุผลหลักมาจาก ธุรกิจสปาขยายตัวอย่างรวดเร็ว การพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะในส่วนของพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist) ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้มีการขาดแคลนนักบำบัดทั้งจำนวนและคุณภาพ ส่งผลให้เกิดการซื้อตัวพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist) ระหว่างกิจการ

2. มีการตัดราคากันระหว่างผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาในด้านนี้ จำนวน 10 ราย เนื่องจากการแข่งขันกันสูงขึ้น ผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดได้จำต้องมีความแตกต่างหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายย่อยที่ยังไม่สามารถหาความแตกต่างหรือจุดเด่นของตัวเองได้ จึงใช้กลยุทธ์ราคาเป็นกลยุทธ์หลักในการแข่งขัน ทำให้เกิดสงครามราคาขึ้นในธุรกิจสปา

3. ขาดความชัดเจนในเรื่องการกำหนดมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาในด้านนี้ จำนวน 8 ราย เนื่องจากยังไม่มีความแน่ใจในเรื่องข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานในการประกอบธุรกิจสปาของหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ไม่ชัดเจนต้องอยู่ภายใต้การดูแลของหน่วยงานสาธารณสุขหรือมหาดไทย การจดทะเบียนเป็นสถานบริการหรือสถานพยาบาล รวมถึงการกำหนดมาตรฐานของการให้บริการ

4. ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาในด้านนี้ จำนวน 5 ราย โดยผู้ประกอบการเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐยังไม่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจสปาอย่างจริงจัง ซึ่งยังมีประเด็นที่ธุรกิจสปายังต้องการการสนับสนุนเพื่อพัฒนาการดำเนินธุรกิจ อาทิ การสนับสนุนด้านการตลาด ต้องการให้ช่วยโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ มากกว่าที่เป็นอยู่ ช่วยแก้ไขภาพพจน์ของการนวดแผนไทยที่ถูกมองในแง่ลบเนื่องจากบริการแอบแฝง การสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติต้องการให้รัฐสนับสนุนในเรื่องการจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการให้บริการและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

5. การจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาในด้านนี้ จำนวน 4 ราย ซึ่งเกิดจากการที่กระทรวงการคลังโดยกรมสรรพสามิตได้ประกาศในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตธุรกิจสปาในอัตราร้อยละ 10 โดยให้จัดเก็บในหมวดเดียวกับ สถานอาบ อบ นวด ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่สูงขึ้นส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจสปา

การแก้ไขปัญหของผู้ประกอบการ

ปัญหาการขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist)

ผู้ประกอบการธุรกิจสปาที่มีการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการ (Therapist) โดยใช้วิธีการจ่ายค่าตอบแทนที่สูงขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจพนักงานที่มีอยู่ มากที่สุด จำนวน 12 ราย รองลงมาเป็น การฝึกอบรมพัฒนาพนักงานเดิมที่มีศักยภาพให้สามารถเป็น Therapist ได้ จำนวน 8 ราย และการผลักดันให้เกิดการจัดทำหลักสูตรพัฒนาหลักสูตรนักบำบัดที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ จำนวน 7 ราย ตามลำดับ

ปัญหาการตัดราคากันระหว่างผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปามีการแก้ไขปัญหาการตัดราคากันระหว่างผู้ประกอบการ โดยการพยายามสร้างความแตกต่างให้กับบริการของตนเอง เช่น เน้นการให้บริการของพนักงานที่เป็นเลิศ พัฒนามาตรฐานของบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้น การให้บริการที่เหมาะสมกับข้อจำกัดทางด้านร่างกายของลูกค้าแต่ละราย มากที่สุดจำนวน 8 ราย รองลงมาเป็นการลดต้นทุนการให้บริการโดยคงราคาเดิม จำนวน 4 ราย และการลดราคาบริการบางบริการเพื่อการแข่งขัน จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ปัญหาขาดความชัดเจนในเรื่องการกำหนดมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ

ผู้ประกอบการธุรกิจสปามีการแก้ไขปัญหาขาดความชัดเจนในเรื่องการกำหนดมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐโดย ร่วมกับสมาคมไทยด้านนาสปาผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐได้แก่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานธุรกิจสปาให้มีความชัดเจน มากที่สุด จำนวน 7 ราย รองลงมาเป็นการพยายามกำหนดมาตรฐานกันเองระหว่างสมาชิกในสมาคมไทยด้านนาสปา จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

ปัญหาขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง

ผู้ประกอบการธุรกิจสปามีการแก้ไขปัญหาขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง โดยการผลักดันให้เกิดหลักสูตรนักบริหารธุรกิจสปาเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการสปา มากที่สุด จำนวน 4 ราย รองลงมาเป็นการผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสปาเป็นกรณีพิเศษ จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

ปัญหาการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

ในหัวข้อนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสปาทุกรายตอบว่า ไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของภาครัฐ