

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่มีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูลการบริหารจัดการธุรกิจสปาในเขตอันดามัน และหาแนวทางรูปแบบแนวทางการบริหารธุรกิจสปาที่เหมาะสมทั้งในเชิงของพื้นที่ และสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยทำการศึกษาในระยะเวลา ตั้งแต่ 1 กันยายน 2548 ถึง 31 สิงหาคม 2549

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ทั้งนี้โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญ ส่วนที่ 2 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจสปา ส่วนที่ 3 เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มย่อย ผลการศึกษามีดังนี้

ผู้ประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่มักเป็นเพศหญิง ลักษณะการลงทุนธุรกิจสปาของผู้ประกอบการมีทั้งรูปแบบการลงทุนในธุรกิจสปาที่เป็นลักษณะเดย์สปา การลงทุนธุรกิจสปาที่เป็นรีสอร์ทสปา (Resort Spa) และการลงทุนธุรกิจสปาโดยร่วมมือกับโรงพยาบาลโดยทำเป็นเมดิคอลสปา (Medical Spa) และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะตั้งระยะเวลาในการคุ้มทุนอย่างน้อย 5 ปี

จุดแข็งของสปาอันดามันที่สำคัญคือ การมีธรรมชาติที่สวยงาม การออกแบบสถานที่ของผู้ประกอบการ ที่สามารถผนวกเอาธรรมชาติโดยรอบมาใช้ในการออกแบบ และการบริการที่ดีเยี่ยม ส่วนจุดอ่อนของสปาอันดามัน คือ ปัญหาด้านความไม่สะดวกในการเดินทาง ปัญหาด้านการแย่งชิงพนักงานให้บริการ และปัญหาด้านการไม่ยอมรับการใช้สมุนไพรไทย

กลุ่มลูกค้าสปาจังหวัดภูเก็ต เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป จังหวัดพังงา เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย และเยอรมัน จังหวัดกระบี่ เป็นกลุ่มสแกนดิเนเวีย เอเซีย เยอรมัน

ในส่วนของการจัดการด้านการตลาด พบว่า บริการสปาในเขตอันดามันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีอัตราค่าบริการสปาในสถานประกอบการสปาราคาต่ำสุดจะอยู่ที่ ราคา 200 บาทต่อ 30 นาที และราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 15,300 บาท ซึ่งจัดทำเป็นแพคเกจ ใช้เวลา ประมาณ 4 ชั่วโมง 30 นาที

ปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งของสถานประกอบการสปาในเขตอันดามันส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักมองว่า ทำเลที่ตั้งเป็นธรรมชาติ การคมนาคมสะดวก

ในการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจสปาอันดามันนั้นประกอบด้วย การติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ รวมทั้งรถแท็กซี่ การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และใช้เทคนิคการขาย เช่น การรวมค่าบริการสปาในค่าห้องพัก และในแพคเกจทัวร์ เป็นต้น

การศึกษาด้านบริหารจัดการองค์กร พบว่า โครงสร้างองค์กรสปาจะมีความแตกต่างกันตามขนาดของธุรกิจ โดยมีตำแหน่งงานที่สำคัญ คือ ผู้จัดการสปา นักสุขภาพบำบัด และพนักงานต้อนรับ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ในการพัฒนาบุคลากรมักจะใช้วิธีการฝึกในหน่วยงานกันเองโดยเรียนรู้จากหัวหน้างาน

จากผลการวิจัยด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ ระบุว่า การจัดการด้านสถานที่มี 3 รูปแบบ คือ สปาในที่โล่ง และสปาในอาคาร หรืออาจจะเป็นทั้งสปาในที่โล่งและในอาคารผสมกัน ในส่วนของการจัดการด้านรส ส่วนใหญ่สปาเน้นการเสิร์ฟน้ำสมุนไพร และบางแห่งเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ และส่วนใหญ่สปาจะเน้นจุดเด่นในการใช้น้ำมันหอมระเหยที่มาจากธรรมชาติ การใช้เสียงในสปา มักใช้เสียงดนตรี ควบคู่กับเสียงธรรมชาติ และเน้นการนวดเพื่อผ่อนคลาย มากกว่าการนวดเพื่อรักษา ขั้นตอนในการให้บริการสปาส่วนใหญ่เน้นกิจกรรมการบริการแบบไทย ๆ และมีความจริงใจต่อลูกค้า

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสปาอันดามันนั้นมองว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการสปาใหม่ ๆ สามารถยกระดับสปาได้ รวมทั้งการร่วมงานกับโรงพยาบาลจะสามารถยกระดับของสปา นำไปสู่การบำบัดเพื่อการรักษาได้

สปาในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ควรมีลักษณะเฉพาะแต่ละพื้นที่ กลุ่มลูกค้าก็มีความต่างกัน ควรมีการพัฒนา รูปแบบบริการสปาที่ต่างกันไปด้วย และควรทำการตลาดที่ให้มีลูกค้าทุกฤดูกาล

ผู้ประกอบการสปาจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด โดยคิดว่าการหมั่นเวียนของนักสุขภาพบำบัดเป็นเรื่องปกติ และเป็นการพัฒนาประสบการณ์ในการทำงานของนักสุขภาพบำบัดคนนั้นด้วย

สปาแต่ละจังหวัดเริ่มหันมาใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น จึงควรมีการศึกษาเรื่องการวิจัยสมุนไพรไทยให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับสมุนไพรไทยให้ทัดเทียมสากล

This research was aimed to study about spa business management in Phuket, Phang-Nga, and Krabi and analyzed the appropriate methods for Andaman spa business management. The document information, in-dept interviews and focus group discussion with spa entrepreneurs or spa managers were used for collecting research data. The collected data were subsequently verified, classified, analyzed, and descriptive presented. The research results were these followings:

Most of spa managers in Andaman area are females. They invested spa business as day spa, resort spa and medical spa which cooperated to hospital. The break-even of Andaman spa was targeted for 5 years at least.

Spa managers' opinions revealed the prestigious points of Andaman spa were the diversity and fertility of natural resources, the natural harmonized design and decoration of spa area and the impressive spa service.

However, Andaman spa still confronted with various problems, such as the inconvenient transportation, the lack of therapists and the unqualified of Thai herbs which no supported researches.

The customers of Andaman spa were varied to the tourists in each province: most of Asian tourists were in Phuket and Krabi, German and Scandinavian tourists were in Phang – Nga and Krabi.

Moreover, Andaman spa services provided more various treatments for the customers to select. The lowest price was 200 baht charged for 30 minutes and the highest price was 15,300 bath charged for 4 hours 30 minutes which was presented in package.

The two most important criteria of area selection for spa investment were natural surrounding and the convenient transportation.

Actually, Andaman spa promotion consisted of tour agencies and tourist guides cooperation, advertising and public relations and selling spa package together with the room rates or tour packages.

Spa organization structures were differentiated to the business size. The spa manger, therapists and receptionists were judged as the important positions in spa management. Most of staffs in Andaman spa learned the spa service skills from the masters or spa trainers.

The research classified the products management for 6 issues. The first was area management; the research revealed that there were 3 styles of spa design; the indoor spa, the outdoor spa and both indoor and outdoor spa. The second was taste management; most of spa provide various herbal juices and some spa presented health cuisine for customers. The third issue was aroma therapy management; some spa used essential oils which were synthesized from the organic farm. The fourth issue was music therapy management; most of Andaman spa used music together with the music from nature, such as the rhythm of waves and the falling rain. The fifth issue was massage therapy management; Andaman spa emphasized only massage for relax. The last one was spa service process, spa trained staffs to present traditional Thai culture for the customers.

The Andaman spa management should be these follows; 1) Spa managers have to create new spa service in order to upgrade spa. 2) The cooperation with community hospital can lead spa to be medical service in the future. 3) Spa in Phuket , Pang-Nga and Krabi have to find out the typical points of each area which should be different. The marketing management in each province is also different too. 4) The spa owners should view that the high turnover rate of the therapists is the chance for them to gain more experiences. 5) Andaman spa should seek research information about Thai herbs in order to adapt them for spa products.