

แผนธุรกิจบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงาม



ว่าที่ร้อยตรีหญิงประวีรดา โพธิ์งาม

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
แผนธุรกิจบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงาม

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2567

ประวิวรรต โปธีงาม

นางสาวประวิวรรต โปธีงาม  
ผู้วิจัย



รองศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



ตรียุทธ พรหมศิริ,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

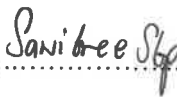


รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล



สาวิตรี สันติพิริยพร,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์แผนธุรกิจบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงาม สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถของรองศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีระสา อาจารย์ที่ปรึกษาของผู้จัดทำ ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางการทำสารนิพนธ์อย่างละเอียด อีกทั้งยังช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อมูล การวิเคราะห์เงินสามารถออกแบบแผนธุรกิจออกมาได้อย่างสมบูรณ์ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์เป็นอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณคณาจารย์ ประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้สอนและให้ความรู้คำแนะนำและบทเรียนต่างๆ และการปฏิบัติจริง จนทำให้ผู้จัดทำสามารถนำ ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการทำสารนิพนธ์และออกแบบแผนธุรกิจฉบับนี้ได้ และผู้จัดทำขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ช่วยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำสารนิพนธ์นี้

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำ ขอขอบคุณ บริษัท คังเซน-เคน โกอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ อาจารย์ เสาวลักษณ์ ผู้เชี่ยวชาญศาสตร์นวดหน้าโหงวเฮ้ง ที่ให้ความช่วยเหลือและข้อมูล ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากในการออกแบบแผนธุรกิจบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงาม จนทำให้สารนิพนธ์ เสร็จสมบูรณ์ จึงขอขอบคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้

ว่าที่ร้อยตรีหญิงประวีรดา โพธิ์งาม

## บทสรุปผู้บริหาร

แผนธุรกิจบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงาม เกิดจากมองเห็นในสถานการณ์ธุรกิจเดิมทางร้านมีการบริการ คือ ร้านเสริมสวยที่มีบริการนวดหน้ารวมด้วยกัน โดยมีคุณแม่เป็นเจ้าของร้านดั้งเดิม รูปแบบร้านไม่ได้ทำเป็นรูปแบบร้านสปาหน้าอย่างชัดเจน การบริการไม่ได้มีการวางตำแหน่งทางการตลาด ไม่ได้บ่งชี้ว่าธุรกิจที่ทำเป็นร้านสปาหน้าโดยเฉพาะ พร้อมทั้งการแข่งขันธุรกิจสปาในปัจจุบันค่อนข้างแข่งขันสูงและสภาพสังคมที่มีการแข่งขันสูงได้สร้างความเครียดในการทำงานหรือการดำเนินธุรกิจ และปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น ปัญหาสุขภาพทางกาย ทางจิตใจ หรือปัญหาสุขภาพใบหน้า เป็นต้น ล้วนแล้วทำให้พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะความต้องการความผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆ ทำให้ตลาดการดูแลรักษาสุขภาพมีการขยายตัวมากขึ้น โดยวิธีการผ่อนคลายที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย คือ การเข้ามาใช้บริการในสปา ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคคลายความเครียดแล้ว การบริการสปายังเป็นการเสริมสุขภาพให้แข็งแรงและยังช่วยในเรื่องความสวยงามของผิวพรรณอีกด้วย จากสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน มีกระแสนิยมสินค้าที่มาจากธรรมชาติ และบริการความผ่อนคลายในรูปแบบธรรมชาติ มีการดูแลสุขภาพมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคเริ่มมาใช้บริการสปามากขึ้น โดยส่วนหนึ่งมีความเชื่อที่ว่าสามารถช่วยผ่อนคลายความเครียด และเสริมสุขภาพกายและจิตใจ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการผ่อนคลาย

ดังนั้น การจัดตั้งธุรกิจบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงาม เป็นบริการสปาหน้าแบบธรรมชาติและเป็นผู้ให้บริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพที่ดีพร้อมทั้งมีมาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกคน และการบริการร้านสปาหน้า แบบ Day Spa เพราะเป็นการให้ระยะเวลาสั้นไม่เกิน 3 ชั่วโมง เน้นการให้บริการนวดเสริมความงาม และการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยากสะดวกและรวดเร็ว สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่จำเป็นต้องเข้าพัก ให้บริการผ่านหน้าร้าน เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มเป้าหมายหลักที่เข้ามาใช้บริการสปาหน้า จะเป็นคนไทยที่มีกำลังซื้อสูงและมีพฤติกรรมที่รู้สึกไม่สดชื่น พักผ่อนไม่เพียงพอ มีความเครียด ต้องการหาที่บำบัดผ่อนคลาย และพฤติกรรมที่ชื่นชอบในการรักษาสุขภาพใบหน้าแบบธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรม

## บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

ก่อนเปิดให้บริการทางร้านเลือกใช้ Social media เพื่อทำการเน้นการ สร้างการรับรู้ โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และชี้ให้เห็นว่าสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้าน การรักษา บำบัด ดูแลสุขภาพใบหน้าด้วย ธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรมก็สามารถทำให้สุขภาพใบหน้าสดใสและกระชับได้อีกด้วย โดย ทางร้านจะเลือกใช้แอปพลิเคชัน 3 แอป คือ Facebook Instagram TikTok โดย Facebook เน้นสร้าง แปรนด์ร้าน นำแนะนำการบริการ สร้างกิจกรรม เผยแพร่แก่ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก Instagram เน้นที่รูปภาพและวิดีโอเป็นหลัก โฆษณาค่าหรือการบริการ รวมถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ได้อย่างน่าจดจำ เช่น ลักษณะรูปแบบของร้าน สินค้าสำหรับนวดหน้าแต่ละโปรแกรม ให้ข้อมูล เกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยรักษา ดูแล บำบัดให้กับผิวหนังของลูกค้าได้ TikTok เน้น วิดีโอ ใสเพลงที่มีความสนุกสนาน เสริมภาพลักษณ์ร้าน ให้ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มให้เห็นถึง ความสำคัญตระหนักถึงคุณค่าการเข้าร้านสปาหน้า ไม่น่าเบื่ออย่างที่คิดกัน พร้อมทั้งมีคุณภาพที่ น่าเชื่อถือ เพื่อลูกค้ามาใช้บริการ ได้อย่างเชื่อมั่น

แผนธุรกิจนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 1,612,500 บาทสามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7,611,652 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 73.71 % มีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 1.5 ปี

## สารบัญ

		หน้า
	กิตติกรรมประกาศ	ข
	บทสรุปผู้บริหาร	ค
	สารบัญตาราง	ช
	สารบัญรูปภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
	1.1 ความเป็นมา โอกาสและแนวคิดธุรกิจ	1
<b>บทที่ 2</b>	<b>ภาพรวมบริษัทและรูปแบบธุรกิจ</b>	<b>5</b>
	2.1 รายละเอียดของบริษัท	5
	2.2 วิสัยทัศน์	6
	2.3 พันธกิจ	6
	2.4 ความน่าสนใจของธุรกิจ	6
	2.5 รูปแบบธุรกิจ	7
	2.6 รายละเอียดธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ	8
	2.7 เป้าหมายธุรกิจ	13
<b>บทที่ 3</b>	<b>การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ</b>	<b>14</b>
	3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้ม	14
	3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PESTEL	15
	3.2.1 ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factor)	15
	3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)	16
	3.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)	16
	3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)	17
	3.2.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factor)	17
	3.2.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)	18
	3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน SWOT	19
	3.3.1 จุดแข็ง (Strengths)	19
	3.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)	20

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	
<b>การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ (ต่อ)</b>	
3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน SWOT	
3.3.3 โอกาส (Opportunities)	20
3.3.4 อุปสรรค (Threats)	21
3.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	22
3.4.1 คู่แข่งทางตรง	22
3.4.2 คู่แข่งทางอ้อม	23
<b>บทที่ 4</b>	<b>25</b>
<b>แผนการตลาดและการประมาณการรายได้</b>	
4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)	25
4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)	25
4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)	26
4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)	28
4.4.1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ Product-Service	28
4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา Price	32
4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย Place	33
4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด Promotion	34
4.4.5 กลยุทธ์ด้านการจัดการเกี่ยวกับคนหรือพนักงาน People	35
4.4.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ Process	37
4.4.7 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ Physical evidence	37
<b>บทที่ 5</b>	<b>38</b>
<b>แผนการปฏิบัติการ และแผนการดำเนินงาน</b>	
5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน	38
5.2 แบบแผนการดำเนินงาน	38
5.3 การจัดตั้งธุรกิจสถาปนา	41
5.4 ขั้นตอนการทำงาน	43
<b>บทที่ 6</b>	<b>45</b>
<b>แผนการจัดตั้งองค์กร</b>	
6.1 ข้อมูลบริษัท	45

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 6</b>	
<b>แผนการจัดตั้งองค์กร (ต่อ)</b>	<b>45</b>
6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท	45
6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น	46
6.4 โครงสร้างองค์กร	46
6.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง	46
6.6 กระบวนการให้บริการของ Day Spa	50
<b>บทที่ 7</b>	<b>52</b>
<b>แผนการเงินและการลงทุน</b>	<b>52</b>
7.1 โครงการใช้การลงทุน	52
7.2 สมมติฐานทางการเงิน	53
7.2.1 ความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน	53
7.2.2 ปริมาณการให้บริการ ตามประมาณการการให้บริการ	53
7.2.3 อัตราค่าบริการต่อคน	54
7.2.4 ประมาณการรายได้จากการบริการต่อปี	54
7.3 งบการเงิน	54
7.3.1 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	54
7.3.2 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	56
7.3.3 ประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน	57
7.3.4 การคำนวณ NPV, BC ratio และ IRR	59
<b>บทที่ 8</b>	<b>60</b>
<b>การประเมินความเสี่ยงและแผนรองรับความเสี่ยง</b>	<b>60</b>
8.1 ความเสี่ยงด้านจากพนักงานลาออกกะทันหัน	60
8.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจสปาที่คล้ายคลึงกัน	60
8.3 ความเสี่ยงจากการที่จำนวนลูกค้าเข้ารับบริการต่ำกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้	60
8.4 ความเสี่ยงจากการที่จำนวนลูกค้าเข้ารับบริการสูงกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้	61
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>62</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>65</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงตัวอย่างการออกแบบโซนห้องต่างๆ	9
2.2	แสดงโปรแกรมการบริการสปาหน้า รูปแบบใหม่ มีทั้งหมด 3 โปรแกรม	11
2.3	แสดงตัวอย่างการออกแบบชุดยูนิฟอร์ม	12
3.1	แสดงคู่แข่งทางตรงร้านสปาหน้า รูปแบบ Day Spa ในกรุงเทพมหานคร	22
3.2	แสดงคู่แข่งทางอ้อม ในกรุงเทพมหานคร	23
4.1	แสดงรายละเอียดเครื่องนวดหน้า Up5	29
4.2	แสดงรายละเอียดโปรแกรม Basic	29
4.3	แสดงรายละเอียดโปรแกรม Advance	30
4.4	แสดงรายละเอียดโปรแกรม Premium	30
4.5	แสดงรายละเอียดราคาแต่ละโปรแกรม	32
4.6	แสดงแอปพลิเคชันในการใช้การสร้างการรับรู้ประจำร้าน	33
4.7	แสดงตัวอย่างชุดยูนิฟอร์ม	36
5.1	แสดงการวางแผนในการดำเนินงาน	38
6.1	แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้น KP NATURE SPA (By Kangzen Kenko)	46
7.1	แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	52
7.2.1	แสดงรายละเอียดความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน	53
7.2.2	แสดงรายละเอียดปริมาณการให้บริการ ตามประมาณการการให้บริการ	53
7.2.3	แสดงรายละเอียดอัตราค่าบริการต่อคน	54
7.2.4	แสดงรายละเอียดประมาณการรายได้จากการบริการต่อปี	54
7.3.1	แสดงรายละเอียดประมาณการงบกำไรขาดทุน	54
7.3.2	แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน	56
7.3.3	แสดงประมาณการงบแสดงฐานะทางการเงิน	57
7.3.4	แสดงกระแสเงินสดสุทธิ	59

## สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	รูปภาพแสดงตราสัญลักษณ์ประจำร้าน	5
2.2	รูปภาพแสดง 5 ขั้นตอนในการดูแลผิวด้วย Up5 เครื่องนวดหน้า	7
2.3	รูปภาพแสดงแผนที่ของร้าน KP NATURE SPA (By Kangzen Kenko)	8
3.1	รูปภาพแสดงภาพตลาดสปา-นวดในไทย	15
4.1	รูปภาพแสดงการวางตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ (Brand Positioning)	27
4.2	รูปภาพแสดงโลโก้และภาพรวมข้อมูลของระบบ CHOCO CRM	35
5.1	รูปภาพแสดงที่ตั้งบริษัทคังเซน-เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	40
5.2	รูปภาพแสดงบรรยากาศการจับอบรม ที่บริษัทคังเซน-เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	40
6.1	รูปภาพแสดงตราสัญลักษณ์ประจำร้าน	45
6.2	รูปภาพแสดงโครงสร้างองค์กร	46

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมา โอกาส และแนวคิดธุรกิจ

ปัจจุบันไทยเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลดีต่อการจับจ่ายใช้สอย การกระจายเม็ดเงินที่เข้าถึงชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศ ตลอดจนส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านต่าง ๆ กลับมาคึกคักและมีเม็ดเงินสะพัดตามไปด้วย สำหรับธุรกิจบริการที่เด่น และได้รับความพึงพอใจอย่างมาก จากการที่ไทยเปิดประเทศเปรียบเสมือน Destination สำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย คือ 'ธุรกิจสปา' และ 'ร้านนวดแผนไทย' โดยปัจจุบัน มูลค่าตลาดธุรกิจสปา, ร้านนวดแผนไทย รวมไปถึง กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ (Wellness) ในประเทศไทย หลังพลิกฟื้นจากโควิด-19 มีมูลค่าตลาดอยู่ประมาณราว 35,000 ล้านบาท เฉลี่ยมีการเติบโตอยู่ที่ปีละ 5-7% อันเนื่องมาจาก การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ซึ่งมี 'ธุรกิจสปา-นวดไทย' ที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วทุกมุมโลก อยากมาสัมผัสประสบการณ์ตรงด้วย ทั้งนี้ จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษ ในเรื่องของสปา และการนวดเพื่อสุขภาพ จึงตัดสินใจเดินทางเข้ามาที่ประเทศไทย โดยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงสูงกว่า 70% และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีหน้าที่การงานที่ดี มั่นคง เป็นหลัก และในส่วนของเพศชาย อีกประมาณ 40% โดยจุดประสงค์ในการเข้ารับบริการสปาและการนวดของนักท่องเที่ยว คือ หลีกหนีจากความเครียด เป็นกิจกรรมการใช้เวลาที่คุ้มค่าในการอยู่คนเดียวหรืออยู่กับตัวเอง เพื่อการพักผ่อน และผ่อนคลายอย่างแท้จริง ได้รับความรู้สึกที่ดี จากการทำสปาและการนวดเพื่อสุขภาพ ความปรารถนาที่พร้อมจะใช้จ่ายไปกับสิ่งที่ชอบ ได้รับความรู้สึก ถึงการได้รับความเอาใจใส่ ความต้องการในการปล่อยตัวปล่อยใจ โดยไม่ต้องคิดถึง หรือนึกถึงต่อสิ่งไหน หรืออะไรในขณะที่เข้ารับบริการ อีกด้วย จากจุดประสงค์ที่กล่าวมานั้นจึงทำให้ Day Spa สปาประเภทนี้ เปิดเป็นสถานให้บริการอยู่ในย่านธุรกิจสำคัญ หรือในเมืองใหญ่ เน้นการให้บริการนวดเสริมความงาม และการผ่อนคลายความตึงเครียด พนักงานส่วนใหญ่ เรียนนวดสปาโดยเฉพาะ ซึ่งมีขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่ต้องเข้าพัก

ในสภาพสังคมที่มีการแข่งขันสูงได้สร้างความเครียดในการทำงานหรือการดำเนินธุรกิจ และปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น ปัญหาสุขภาพทางกาย ทางจิตใจ หรือปัญหาสุขภาพใบหน้า เป็นต้น ล้วนแล้วทำให้พฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

โดยเฉพาะความต้องการความผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้คนในกรุงเทพมหานครมากกว่าร้อยละ 48 หันมาใช้วิถีทางธรรมชาติในการบำบัด ทำให้ตลาดการดูแลสุขภาพสุขภาพมีการขยายตัวมากขึ้น โดยวิธีการผ่อนคลายที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายคือ การเข้ามาใช้บริการ ในสปา ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้บริโภครคลายความเครียดแล้ว การบริการบางประเภทในสปายังเป็นการเสริมสุขภาพให้แข็งแรงและยังช่วยในเรื่องความสวยงามของผิวพรรณอีกด้วย จากสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน มีกระแสนิยมสินค้าที่มาจากธรรมชาติ และบริการความผ่อนคลายในรูปแบบธรรมชาติ มีการดูแลสุขภาพมากขึ้นทำให้ผู้บริโภครเริ่มมา ใช้บริการสปา มากขึ้น โดยส่วนหนึ่งมีความเชื่อที่ว่าสามารถช่วยผ่อนคลายความเครียด และเสริมสุขภาพกายและจิตใจ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการผ่อนคลาย อีกทั้งยังเป็นการหลีกเลี่ยงอันตราย จากสิ่งปนเปื้อนทางเคมี เนื่องจากใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติโดยเฉพาะการใช้สมุนไพร ซึ่งโอกาสของธุรกิจสปาไทยซึ่งเป็นธุรกิจที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นของประเทศไทย ที่มีแนวโน้มของตลาดในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้บริโภครมีแนวโน้มการใส่ใจความสวยงามและความต้องการการผ่อนคลายที่เพิ่มมากขึ้นทั้งชาวต่างชาติและคนไทยพฤติกรรมการณ์ชื่นชอบการรักษา ดูแล บำบัดสุขภาพใบหน้าด้วยธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรม และหน่วยงานภาครัฐนั้นมีการ สนับสนุนธุรกิจสปามุ่งสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาคด้วย ธุรกิจสปาของประเทศไทยขยายตัวสูงกว่าระดับเฉลี่ยทั่วโลก เฉลี่ย 8% มีมูลค่าตลาดที่ 3.5 หมื่นล้านบาท

ในประเทศไทย แบ่งกลุ่มธุรกิจสปาได้ 3 ลักษณะที่สำคัญคือ 1) Day Spa เป็นการให้ระยะเวลาสั้นไม่เกิน 3 ชั่วโมง มักเปิดไม่เกิน 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เป็นบริการทรีตเมนต์ 2) Destination Spa บริการแบบครบวงจร เป็นคอร์สตั้งแต่ 3-28 วัน โดยจะออกแบบให้สอดคล้องกับสุขภาพที่เจาะจงของลูกค้า เช่น Chiva-Som 3) Hotel Spa เป็นการให้บริการภายใน โรงแรม ซึ่งถือว่า มีศักยภาพสูง เนื่องจากเป็นการสร้างรายได้เพิ่มจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักอาศัย เน้นโรงแรมระดับ 4-5 ดาวเป็นหลัก เช่น Anantara เป็นต้น ลูกค้าสปาในประเทศไทย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนจีน ได้หวัน เกาหลีที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย 2) กลุ่มคนสูงวัยอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป 3) กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความเคร่งเครียดจากการทำงาน 4) กลุ่มคนกำลังซื้อสูง

ในสถานการณ์ธุรกิจเดิมทางร้านมีการ บริการ คือ ร้านเสริมสวยที่มีบริการนวดหน้ารวมด้วยกัน โดยมีคุณแม่เป็นเจ้าของร้านดั้งเดิม รูปแบบร้านไม่ได้ทำเป็นรูปแบบร้านสปาหน้าอย่างชัดเจน การบริการไม่ได้มีการวางตำแหน่งทางการตลาด ไม่ได้บ่งชี้ว่าธุรกิจที่ทำเป็นร้านสปาหน้า โดยเฉพาะ พร้อมทั้งการแข่งขันธุรกิจสปาในปัจจุบันค่อนข้างแข่งขันสูงเพราะพฤติกรรม หลังจากวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 ทำให้ผู้คนหันมาตระหนักและให้ความสำคัญกับสุขภาพกันมากขึ้น ส่งผลให้เกิดเทรนด์สุขภาพและเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนสำคัญในชีวิตของผู้คนมากขึ้น และใน

สภาพสังคมที่มีการแข่งขันสูงได้สร้างความเครียดในการทำงานหรือการดำเนินธุรกิจ และปัญหา ด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น ปัญหาสุขภาพทางกาย ทางจิตใจ หรือปัญหาสุขภาพใบหน้า เป็นต้น ล้วน แล้วทำให้พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดยเฉพาะความต้องการ ความผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆเพิ่มมากขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้นทางผู้จัดทำจึงมีแนวคิดความสนใจในการเป็นผู้นำการบริการร้านส ปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพที่ดีพร้อมทั้งมี มาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกคน โดยความสนใจพัฒนาธุรกิจใหม่เป็น การบริการร้านสปาหน้า แบบ Day Spa เพราะเป็นการให้ระยะเวลาสั้นไม่เกิน 3 ชั่วโมง เน้นการ ให้บริการนวดเสริมความงาม และการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยากสะดวก และรวดเร็ว สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่จำเป็นต้องเข้าพักและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko) ทั้งหมด เนื่องจากเป็นบริษัทที่ มีความน่าเชื่อถือได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2536 ใช้ทุนจดทะเบียน 120 ล้านบาท ด้วยวิสัยทัศน์การ บริหารงานอันกว้างไกลและอยู่อย่างยาวนานทำให้ทางผู้จัดทำเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สปาหน้าของแบ รนด์นี้ พร้อมทั้งทางผู้จัดทำอยากจับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ที่หลากหลายเพศ อายุ และหลากหลายเชื้อ ชาติที่มีพฤติกรรมกรชื่นชอบการรักษา ดูแล บำบัดสุขภาพใบหน้าด้วยธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัด ศัลยกรรม และมีเวลาในชีวิตที่จำกัดซึ่งเน้นความต้องการผ่อนคลายที่เพิ่มมากขึ้นด้วยรูปแบบ ธรรมชาติ ทางผู้จัดทำจึงเลือกรูปแบบการบริการร้านสปาหน้า แบบ Day Spa พร้อมทั้งเห็นความ เป็นไปได้ของตลาดสปาหน้าแบบธรรมชาติ ไร้ศัลยกรรม มีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงเป็นแนวคิด ความสนใจพัฒนาธุรกิจพร้อมกับกลุ่มลูกค้าใหม่มากขึ้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว คือ เพศหญิง เพศ ชาย LGBTQ+ 25 – 65 ปี คนไทยและคนต่างชาติที่มีพฤติกรรมชื่นชอบการดูแล รักษา บำบัดผ่อน คลายแบบธรรมชาติ และพฤติกรรมผู้คนที่เริ่มมีลักษณะอาการรู้สึกเหนื่อยล้ากับการเดินทาง มลภาวะ และภาระหน้าที่การทำงานในแต่ละวัน หรือผู้คนที่มมีปัญหาสุขภาพบนใบหน้า เช่น

- ลูกค้าที่รู้สึกไม่สดชื่น พักผ่อนไม่เพียงพอ
- ลูกค้ามีความเครียด ต้องการหาที่บำบัดผ่อนคลาย
- ลูกค้าที่มีปัญหาสิ่ว จุดดำดำ รอยสิ่ว แผลเป็น บนใบหน้า
- ลูกค้าที่มีปัญหาผิวร้อย ตีนกา กระ ฝ้า บนใบหน้า
- ลูกค้าที่มีปัญหาใบหน้าเหี่ยวบน ไม่กระชับ
- ลูกค้าที่ชื่นชอบการรักษาสุขภาพใบหน้าแบบธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรม

จึงทำให้ผู้บริโภคสนใจการเข้าร้าน นวดหน้า สปาผิว เพื่อให้ผิวได้พักผ่อน และให้สภาพจิตใจผ่อนคลายความตึงเครียด และด้วยนวัตกรรมความงาม รวมไปถึงสกินแคร์ต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การกอบกู้ผิวหน้าที่อ่อนล้า หมองคล้ำ แห่งกร้าน ขาดความชุ่มชื้น ริ้วรอย กระ ฝ้า เหี่ยวย่น และไม่เนียนกระชับ ให้กลับมาดูสดใสมีชีวิตชีวาและอ่อนเยาว์อีกครั้ง เพียงแค่เดินเข้าร้านสปาที่ได้รับมาตรฐานการรองรับภายใต้บริษัท และเลือกรับบริการที่ตรงกับปัญหาผิวของเราเท่านั้น หากผู้บริโภคไม่พึงพอใจหรือไม่ชื่นชอบการบำบัดรักษาแบบธรรมชาติ ปัจจุบันมีคลินิกเสริมความงามเป็นการรักษาทางเลือกได้อีกเช่นเดียวกัน



## บทที่ 2

### ภาพรวมของบริษัทและรูปแบบธุรกิจ

#### 2.1 รายละเอียดของบริษัท

- ชื่อ : ร้านสปาหน้า KP NATURE SPA (By KangZen Kenko)
- ที่อยู่ : 34 ซอยแจ้งวัฒนะ 4 แยก 9 แขวงอนุสาวรีย์ ถนนแจ้งวัฒนะ  
เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10220
- รูปแบบธุรกิจ : ร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ
- สินค้าและบริการ : การบริการนวดหน้าโดยใช้เครื่องนวดหน้า Up 5  
นวัตกรรมล้ำสมัย มาตรฐานการรับรองภายใต้  
บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด  
(By KangZen Kenko)
- โลโก้บริษัท : KP NATURE SPA (By KangZen Kenko)



#### รูปภาพ 2.1 แสดงตราสัญลักษณ์ประจำร้าน

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) มาจากความคิดแรกที่ยอยากทำธุรกิจร้านสปาหน้าแบบใหม่ เน้นทันสมัย ตอบโจทย์ทั้งเพศหญิง เพศชาย LGBTQ+ อายุ 25-65 ปี เนื่องจากสถานการณ์เดิมทางร้านยังไม่มีโลโก้ประจำร้านและกลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มเฉพาะ คือ เพศหญิง อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 40-65 ปี เป็นลูกค้าเก่าแก่ของคุณแม่ ซึ่งเป็นเจ้าของร้านดั้งเดิม พร้อมทั้งได้ใช้เครื่องมือนวดหน้า Up 5 นวัตกรรมล้ำสมัย มาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko) เข้ามาเป็นการบริการหลักของทางร้าน การตั้งชื่อร้านได้นำชื่อจริงของคุณแม่และผู้จัดทำ KESINEEYA PRAVIWORADA มาคู่กัน หรือสามารถเรียกชื่อร้าน K'PRIM คุณปริม ได้อีกด้วย พร้อมทั้งร้านสปาหน้าใช้รูปแบบการรักษา ดูแล บำบัดแบบธรรมชาติ จึงเป็น KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ทางร้านยังพร้อมตอบรับกลุ่ม

LGBTQ+ โดยใช้สัญลักษณ์ธงสีรุ้งเพื่อเป็นการให้เกียรติ LGBTQ+ โดยทางร้านวางตำแหน่งเป็นร้านสปาหน้า ให้ความเท่าเทียมกับทุกเพศ

## 2.2 วิสัยทัศน์

เป็นผู้ให้บริการบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพที่ดีพร้อมทั้งมีมาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกคน

## 2.3 พันธกิจ

1. มุ่งเน้นการบริการสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้แก่ลูกค้าด้วย มาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko)
2. มุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญ ปฏิบัติงานเป็นมาตรฐาน และพัฒนาคุณภาพการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
3. เป็นรูปแบบสถานบริการแบบ Day Spa ที่สะอาด ปลอดภัย ส่วนตัวให้บริการกับลูกค้า
4. มุ่งเน้นการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทุกเพศ

## 2.4 ความน่าสนใจของธุรกิจ

ธุรกิจร้านสปาหน้า KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นการเน้นการให้บริการเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ โดยมีจุดเด่น คือ การใช้เครื่องนวดหน้า Up 5 นวัตกรรมล้ำสมัย จากบริษัท คังเซน เคนโก อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด ซึ่งจุดเด่นของตัวเครื่อง ยูพีไฟว์ เครื่องนวดหน้าเทคโนโลยีอัจฉริยะ ศาสตร์แห่งความงามนวัตกรรมเหนือกาลเวลา นวดกระชับกล้ามเนื้อ ปรนนิบัติใบหน้า 7 ระบบ 5 ขั้นตอนในเครื่องเดียว การทำงาน 7 ระบบ 1. 3D Vibration (ระบบสั่นสะเทือนแบบ 3 มิติ) 2. Galvanic Ion (ระบบละอองประจุไฟฟ้า) ช่วยดูแลผิวครบครัน 3. Iontophoresis (ระบบไอออนโตโฟเรซิส) ช่วยให้ผิวขาวใส 4. Music Therapy (ระบบพลังเสียงบำบัด) เพื่อช่วยกระตุ้นการสั่นสะเทือนของเซลล์ผิว 5. Magnetic Therapy (ระบบพลังแม่เหล็ก



บำบัด) เพื่อช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต 6. Light Therapy (ระบบแสงบำบัด) จากแสงสีแดง และแสงสีฟ้า เพื่อฟื้นฟูสภาพผิว 7. Mode Using (ระบบเสียงบันทึก) เพื่อบอกขั้นตอนการทำงาน.

สามารถดูแลผิวได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. Cleansing Mode ประจุทำความสะอาดอย่างล้ำลึก 2. Eye – Zone Mode ดูแลปัญหาขอบดวงตาขั้นสุด 3. Facial Mode ดูแลผิวหน้าให้คงความชุ่มชื้น เผยผิวที่แข็งแรง 4. Lifting Mode ยกกระชับผิว ลดปัญหาริ้วรอย 5. Vitamin C Mode ลดจุดด่างดำ เพื่อผิวกระจ่างใส



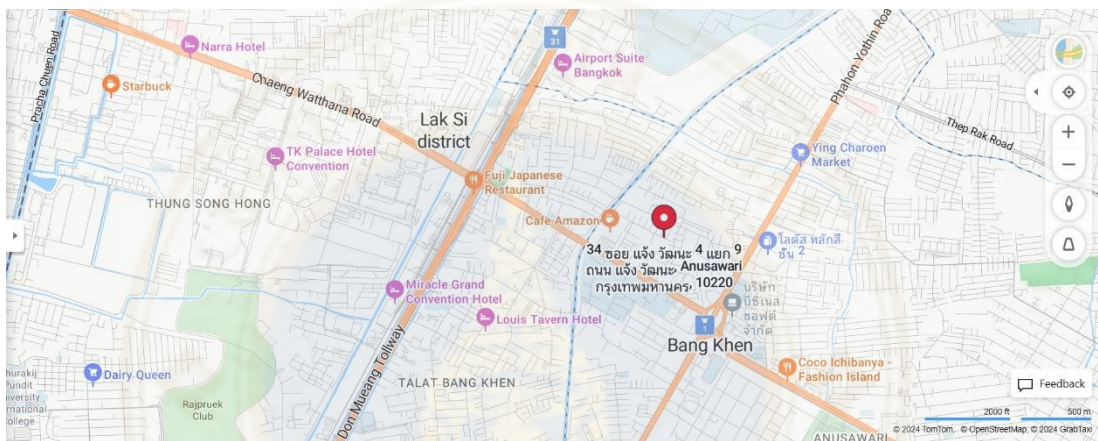
รูปภาพ 2.2 แสดง 5 ขั้นตอนในการดูแลผิวด้วยยูพีไฟว์ เครื่องนวดหน้า เทคโนโลยี อัจฉริยะ

### 2.5รูปแบบธุรกิจ

เป็นร้านสปาหน้าที่ให้บริการผ่านหน้าร้าน เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร การออกแบบและตกแต่งร้านของสถานที่ร้าน KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นแบบสไตล์ทันสมัย พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โซนต้อนรับลูกค้า โซนสปา โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตาม โดยทางร้านมีการบริการเครื่องดื่มสมุนไพร และภายในร้านมีการนำกลิ่นอโรมาจากสมุนไพร พร้อมทั้งเปิดเพลงดนตรีเบาสบายเพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายจากเสียงเพลง เป็นต้น ส่วนพนักงานต้อนรับ พนักงานภาคปฏิบัติการสปา มีความเป็นมาตรฐาน ได้รับการรับรองบริษัท กังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพราะทางร้านจะทำการส่งพนักงานไปทำการอบรมกับบริษัท เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ระบบภายในการบริหารและควบคุมใช้เทคโนโลยีทันสมัย ไว ข้อมูลจริง พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยน เช็คสภาพอุปกรณ์เครื่องมือ ซอฟต์แวร์ให้ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

## 2.6 รายละเอียดธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการ

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นสถานบริการสปาหน้าโดยเฉพาะในรูปแบบ Day Spa มีคุณภาพที่ดี ให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย พร้อมทั้งมีมาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกคน สามารถใช้บริการระหว่างวันได้ โดยเน้นการให้บริการผ่อนคลายความตึงเครียดและให้บริการเสริมความงามใบหน้าด้วยรูปแบบธรรมชาติ โดยเป็นร้านสปาหน้าที่ให้บริการผ่านหน้าร้าน เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร



รูปภาพ 2.3 แสดงแผนที่ของร้าน KP NATURE SPA (By KangZen Kenko)

การออกแบบและตกแต่งร้านของสถานที่ร้าน KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นแบบสไตล์ทันสมัย พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โซนต้อนรับลูกค้า โซนสปา โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตาม โดยทางร้านมีการบริการเครื่องสำอางค์สมุนไพร และภายในร้านมีการนำกลิ่นอโรมาจากสมุนไพร พร้อมทั้งเปิดเพลงดนตรีเบาสบายเพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายจากเสียงเพลง เป็นต้น ส่วนพนักงานต้อนรับ พนักงานภาคปฏิบัติบริการสปา มีความเป็นมาตรฐานได้รับการรับรองบริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพราะทางร้านจะทำการส่งพนักงานไปทำการอบรมกับบริษัท เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ระบบภายในการบริหารและควบคุมใช้เทคโนโลยีทันสมัย ไว ข้อมูลจริง พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยน เช็กสภาพอุปกรณ์เครื่องมือซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมีโปรแกรมการบริการต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างการออกแบบโซนห้องต่างๆ

โซนห้องต่าง ๆ	ตัวอย่าง โซนห้อง	รายละเอียด
โซนต้อนรับลูกค้า		<p>โซนต้อนรับลูกค้าจะมีพนักงานต้อนรับสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล และดูแลเวลานัดกับทางร้าน เพื่อนำลูกค้าเข้าใช้บริการสปาหน้าตรงตามความต้องการของลูกค้า</p> <p>ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการพร้อมกัน จะมีที่นั่งให้ลูกค้าในการรอเข้าใช้บริการ พร้อมทั้งมี welcome drink น้ำสมุนไพรที่ทางร้านนำมาให้บริการระหว่างรอ</p>

<p>โซนสปา</p>		<p>โซนสปาจะแบ่งแยกเป็นห้อง โดยห้องมีความเป็นส่วนตัว มีที่วางกระเป๋าของมีค่าของลูกค้า ให้ความปลอดภัย และสะอาด</p> <p>ในกรณีโทนสีห้องเน้นสีขาวเขียว เพื่อแสดงความเป็นธรรมชาติ อบอุ่น สะอาดตา ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ</p> <p><u>หมายเหตุ</u> อุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ จะคล้ายกับรูปภาพที่นำมาอ้างอิง ยกเว้นสีห้องที่ไม่ได้ทำเหมือนรูปภาพที่นำมาอ้างอิง</p>
<p>โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตาม</p>		<p>โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตามทางร้านจะมีโต๊ะเก้าอี้รับรองแยกออกไป เพื่อให้ผู้ติดตามรู้สึกไม่เบื่อเวลามานั่งรอ</p> <p><u>หมายเหตุ</u> ในส่วนโทนสีห้องทางร้านไม่ได้ทำเหมือนในรูปแต่อย่างใด เพียงแค่ลักษณะภายในห้องจะคล้ายกับรูปภาพที่นำมาอ้างอิง</p>

ตารางที่ 2.2 โปรแกรมการบริการสปาหน้า รูปแบบใหม่ มีทั้งหมด 3 โปรแกรม

โปรแกรม บริการสปา หน้า รูปแบบใหม่	รายละเอียดโปรแกรม	ระยะเวลา	ราคาต่อ ครั้ง	ราคา ต่อคอร์ส 10 ครั้ง	ราคาต่อ คอร์ส 12 ครั้ง
BASIC	นวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระจ่างใส	1 ชั่วโมง	500 บาท	5,000 บาท	-
ADVANCE	นวดหน้าลดริ้วรอย ยกกระชับปรับรูปหน้า (V-Shape)	1 ชั่วโมง 30 นาที	1,000 บาท	10,000 บาท	-
PREMIUM	นวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระจ่างใส ลดสิว รอยสิว จุดด่างดำ ลดอาการอักเสบของผิวหนัง ยก กระชับใบหน้า ลดริ้วรอย กระฝ้า ให้จางลง	2 ชั่วโมง 30 นาที	-	-	15,000 บาท

ในกรณีที่เป็นโปรแกรม PREMIUM ค่าใช้จ่ายรูปแบบคอร์ส 12 ครั้ง เนื่องจากทางร้านตั้งใจอยากให้ลูกค้าเห็นผลในระยะยาว เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีวินัยในการดูแล รักษา บำบัดใบหน้าด้วยรูปแบบธรรมชาติ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีไว้สัถยกรรมและเคมีบนใบหน้า

KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) ทางร้านมีชุดยูนิฟอร์มให้กับพนักงานของเรา ทั้งพนักงานต้อนรับ พนักงานภาคปฏิบัติบริการสปา พนักงานหลังบ้านหรือฝ่ายวางแผนการตลาด เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกสามัคคีระหว่างพนักงานด้วยกันเอง ก่อให้เกิดความทัดเทียม ถึงความเสมอกัน ปราศจากความจน ความรวย ไม่มีความกดดันที่ต้องสวมเครื่องแต่งกายยี่ห้อดีมีราคาแพง ตามสมัยนิยม ส่งเสริมภาพลักษณ์ช่วยให้ชื่อร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มความคล่องแคล่วในการทำงานได้อีกด้วย

ตารางที่ 2.3 ตัวอย่างการออกแบบชุดยูนิฟอร์ม

ตัวอย่างชุดยูนิฟอร์ม	รายละเอียด
	<p>รูปแบบชุดยูนิฟอร์มพนักงานภาคปฏิบัติการสปา          ทางร้านจะทำชุดบริการพนักงานให้ 2 ชุด          ชุดที่ 1 เสื้อเชิ้ตสีขาวแขนสั้น พร้อมทั้ง กางเกงเข้ารูปสีเขียว          ชุดที่ 2 เสื้อเชิ้ตสีเขียวแขนสั้น พร้อมทั้ง กางเกงเข้ารูปสีขาว  <u>หมายเหตุ</u> เสื้อและกางเกงจะเป็นคนละสีกัน ไม่ใช่ชุดสีเขียว          เหมือนในรูป รูปที่นำมาเป็นเพียงแหล่งอ้างอิงในการ          ออกแบบให้กับยูนิฟอร์มทางร้านเท่านั้น</p>
	<p>รูปแบบชุดยูนิฟอร์มพนักงานต้อนรับ ประชาสัมพันธ์ หรือ ฝ่าย          วางแผนการตลาด ทางร้านจะทำการมีชุดบริการพนักงานให้          2 ชุด          ชุดที่ 1 เสื้อเชิ้ตแขนยาว พร้อมทั้ง กระโปรงทรงเอเข้ารูป          สำหรับทำงานภายในองค์กร          ชุดที่ 2 เสื้อเชิ้ตแขนยาว พร้อมเสื้อกั๊กนอก กางเกงขายาว ชุด          ยูนิฟอร์มนี้สำหรับออกไปนอกสถานที่  <u>หมายเหตุ</u> รูปแบบชุดยูนิฟอร์มสีชุดจะไม่ใช้ตามรูปภาพ สีชุด          จริงเป็นสีเขียวเข้ม สีขาว และสีดำ รูปที่นำมาเป็นเพียงแหล่ง          อ้างอิงในการออกแบบให้กับยูนิฟอร์มทางร้านเท่านั้น</p>

## 2.7 เป้าหมายธุรกิจ

### 2.7.1 เป้าหมายระยะสั้น

2.7.1.1 ในระยะเวลา 1 ปี คือ สามารถสร้างความรู้จัก เพิ่มการรับรู้ในกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเพศหญิง เพศชาย LGBTQ+ อายุ 25 – 65 ปี ในอันดับแรก ต่อมาเน้นดึงดูดลูกค้าเก่าของคุณแม่ด้วยการใช้ Line Official Account เข้ามา เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง

### 2.7.2 เป้าหมายระยะกลาง

2.7.2.1. สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาประมาณ 3 ปี

2.7.2.2. มุ่งเน้นกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 10 ต่อปี ภายใน 3-5 ปี จะสร้างพันธมิตรกับโรงเรียนสอนนวดลิกภาพในกรุงเทพมหานคร

### 2.7.3 เป้าหมายระยะยาว

2.7.1.1. ภายใน 6-10 ปี KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) มีการขยายสาขาไปยังปริมณฑล และจังหวัดลพบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด เพราะ 2 จังหวัดที่ระบุ มีที่ดินเปล่ามรดกตกทอดเลยอยากเปิดร้านสาขาเพิ่มตามจังหวัดดังกล่าว

### บทที่ 3

## การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ

### 3.1 ขนาดตลาดและแนวโน้ม

ธุรกิจสปา-นวดไทยติดอันดับ 16 ของโลก และติดอันดับ 5 ในภูมิภาคเอเชีย เป็นทั้ง Medical Tourism สำหรับต่างชาติ และเป็นตลาดความงามสำหรับคนไทย ปัจจุบันตลาดสปาและนวดภายในประเทศมีมูลค่าราว 3.5 หมื่นล้านบาท อัตราการเติบโตเฉลี่ย 8% และมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดจากตลาดท่องเที่ยว และปัจจัยคนต้องการความผ่อนคลายและบำบัดตัวเอง ตลาดสปา-นวด กินสัดส่วน 23% ของตลาดความงามทั้งหมด ขณะที่ตลาดบริการทางการแพทย์มีมูลค่าถึงแสนล้านบาท กินสัดส่วนถึง 75% “สปา-นวด” ยังมีช่องโหว่กับ “บริการทางการแพทย์” ถึง 2-3 เท่าด้วยศักยภาพของตลาดที่สามารถเติบโตโดยรับการต่อเนื่องจากธุรกิจ ‘ท่องเที่ยว’ และกลุ่มลูกค้ากำลังซื้อสูง ทำให้มูลค่าของตลาดสปา-นวด ยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจสปา-นวดในประเทศไทยมี 3 รูปแบบ ได้แก่

1. แบบทั่วไป Day-Spa อยู่ในแหล่งชุมชน อาคารสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า เน้นการทำทรีตเมนต์ในระยะเวลาตั้งแต่ 30-210 นาที
2. แบบ Destination ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว มีห้องพักให้ลูกค้าสามารถเลือกระยะเวลาการเข้าพักได้ โดยเฉลี่ยตั้งแต่ 3-28 วัน
3. Hotel spa เป็นสปาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของโรงแรม เน้นโรงแรมระดับ 4-5 ดาวเป็นหลัก ขึ้นชื่อว่าสปา-นวดไทย ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จนทำให้อัตราการเติบโตของตลาดในไทยสูงถึง 8% ขณะที่ตลาดโลกเติบโตเพียง 7% เท่านั้น สำหรับประเทศไทย ‘นักท่องเที่ยว’ ถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของตลาดนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนจีน ได้หันเหทิศทางการท่องเที่ยวไปยุโรปเองก็สนใจอย่างมาก

ขณะที่เทรนด์ของโลกที่ดันให้ตลาดบูม คือเทรนด์สุขภาพ จากกลุ่มคนสูงวัย อายุมากกว่า 40 ปี กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความเคร่งเครียดจากการทำงาน โดยทั้งสองมีเป้าหมายเดียวกันคือ ต้องการรักษาสุขภาพด้วยบริการสปา-นวด อีกกลุ่มคือ ‘คนกำลังซื้อสูง’ ตั้งแต่กลุ่มระดับบีบวกไปถึงเอบวก เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการยกระดับให้ธุรกิจของตัวเองดูพรีเมียม เพื่อดึงเงินในกระเป๋าของคนกลุ่มนี้ ประกอบกับเม็ดเงินจากเศรษฐกิจใหม่ที่สร้างรายได้มากขึ้น

ปี 2562 มีผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนฯ กับกระทรวงสาธารณสุขประมาณ 3,500 แห่ง ขณะที่ประเทศไทยมีผู้ประกอบการทั้งหมดมากกว่า 40,000 แห่ง โดยส่วนใหญ่ในประเทศอยู่ใน



ประเภทนวดแผนไทยเป็นหลัก ข้อจำกัดในมุมมองผู้ประกอบการคือการขอใบอนุญาตฯ เพื่อเปิดร้านตามเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข แต่อย่างไรก็ดี การจะได้มาซึ่งใบอนุญาตฯ จำเป็นต้องผ่านหลายขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเตรียมพนักงานที่มีใบประกาศฯ แม้ว่าจะมีร้านนวดจำนวนมากที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการ แต่ นวดแผนไทยก็เป็นประสบการณ์เชิงสุขภาพที่ดี

Health Land เป็นอีกรายที่ทำธุรกิจสปา-นวด คือ แนวคิดในการสร้างความพอใจให้ลูกค้า ตั้งแต่โลเคชั่น บริการ-คุณภาพ ไปจนถึงการออกแบบสถานที่ที่เข้ามาแล้วต้องรู้สึกผ่อนคลาย ตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้าไปสัมผัส รวมถึงการวางกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือ ‘ผู้หญิง’ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการขยายตลาดและสร้างรายได้ให้อีกในอนาคต

**Marketeer**  
**ตลาดสปา-นวด 3.5 หมื่นล้าน**  
**เติบโตเฉลี่ย 8%**  
**ร้านสปา-นวด 3 แบบ**

**แบบทั่วไป**  
 อยู่ในแหล่งชุมชน  
 อาคารสำนักงาน  
 หรือห้างสรรพสินค้า  
 เน้นการพักผ่อน  
 ในระยะเวลาสั้น  
 30 - 210 นาที

**แบบ Destination**  
 ตั้งอยู่ในแหล่ง  
 ท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยว  
 ลูกค้าสามารถเลือกระยะเวลา  
 เวลาการเข้าพักได้  
 โดยเฉลี่ยตั้งแต่  
 3 - 28 วัน

**Hotel spa**  
 เป็นสปาที่ตั้งอยู่ใน  
 ชั้นที่ของโรงแรม  
 เน้นโรงแรมระดับ  
 4-5 ดาวเป็นหลัก

**ลูกค้า 4 กลุ่ม**

**บักก่องเที่ยว**  
 โดยเฉพาะคน  
 จีน ไต้หวัน เกาหลี

**กลุ่มคนสูงวัย**  
 อายุมากกว่า 40 ปี

**กลุ่มคนรุ่นใหม่**  
 ที่มีความเครียด/เครียด  
 จากการทำงาน

**กลุ่มคนกำลังซื้อสูง**

ประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 16 ล้านคน/ปี คิดเป็นเงิน 3 แสนล้านบาท

© 2562 ผู้ประกอบการที่สนใจศึกษา กับคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
 หน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 40,000 หมู่

รูปภาพที่ 3.1 แสดงภาพตลาดสปา-นวด ในไทย

## 3.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก PESTEL

### 3.2.1 ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factor)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จัดทำโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการผ่านระบบ BDS (Business Development Service) ปี 2567 ผ่านระเบียบคณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ว่าด้วยหลักเกณฑ์ เงื่อนไข

และวิธีการให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากเงินกองทุนส่งเสริม วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านผู้ให้บริการทางธุรกิจ พ.ศ. 2564

นโยบาย Thailand 4.0 ที่ช่วยให้ SMEs ไทยสามารถตั้งตัวได้ พร้อมการให้ทุนสนับสนุนใน ด้าน Digital transformation ต่างๆ เพื่อช่วยผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีความคิด สร้างสรรค์ สามารถสร้างหรือใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ ของตนได้

### 3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวเร่งขึ้นที่ร้อยละ 2.8 ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 2.3 ถึง 3.3) โดยปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการคาดว่าจะยังสามารถขยายตัวได้ และภาคการท่องเที่ยวคาดว่าจะในปี 2567 จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 33.5 ล้านคน ขยายตัวที่ร้อยละ 19.5 ต่อปี เป็นการเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและมาเลเซียเป็นสำคัญ และมีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 1.48 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.6 ต่อปี ส่งผลดีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจสปา-นวดไทยติดอันดับ 16 ของโลก และติดอันดับ 5 ในภูมิภาคเอเชีย เป็นทั้ง Medical Tourism สำหรับต่างชาติ และเป็นตลาดความงามสำหรับคนไทย ปัจจุบันตลาดสปาและ นวดภายในประเทศมีมูลค่าราว 3.5 หมื่นล้านบาท อัตราการเติบโตเฉลี่ย 8% และมีแนวโน้มจะ เติบโตอย่างก้าวกระโดดจากตลาดท่องเที่ยว และปัจจัยความต้องการความผ่อนคลายและบำบัดตัวเอง ตลาดสปา-นวด กินสัดส่วน 23% ของตลาดความงามทั้งหมด

### 3.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)

หลังจากวิกฤติโรคระบาดโควิด 19 ทำให้ผู้คนหันมาตระหนักและให้ความสำคัญกับ สุขภาพกันมากขึ้น ส่งผลให้เกิดเทรนด์สุขภาพและเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนสำคัญในชีวิตของ ผู้คนมากขึ้น และในสภาพสังคมที่มีการแข่งขันสูงได้สร้างความเครียดในการทำงานหรือการดำเนิน ธุรกิจ และปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น ปัญหาสุขภาพทางกาย ทางจิตใจ หรือปัญหาสุขภาพ ใจเป็นต้น ล้วนแล้วทำให้พฤติกรรมดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะความต้องการความผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้คน ในกรุงเทพมหานครมากกว่าร้อยละ 48 หันมาใช้วิถีทางธรรมชาติในการบำบัด ทำให้ตลาดการดูแล รักษาสุขภาพมีการขยายตัวมากขึ้น

### 3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)

อุตสาหกรรมความสวยความงามเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ เป็นแรงผลักดันให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับความงามเติบโตอย่างมาก สำหรับตลาดความงามของไทย ปัจจุบันมีมูลค่ากว่า 149,300 ล้านบาท แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการดูแลผิว 89,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 60 ของส่วนแบ่งการตลาดความงามของไทย รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม 30,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 เครื่องสำอางร้อยละ 14 และน้ำหอมร้อยละ 6 ตามลำดับ

ริเริ่มการใช้นวัตกรรมเข้าไปให้ชุมชนและเข้าใจ Pain Point ของคนเมือง นำมาสู่การพัฒนาสินค้ากลุ่มสปาได้ผลิตภัณฑ์ทำจากวัสดุธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงงานวิจัยมาเพิ่มเติมเพื่อตอบโจทย์การพัฒนาอุตสาหกรรมดูแลรักษาสุขภาพ ตัวอย่างเช่น ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส) เทรนด์เรื่อง Aging Society เทรนด์นี้คือ สินค้ากลุ่มชะลอริ้วรอย ดูแลสุขภาพจากภายในสู่ภายนอก แต่มีเรื่องใหญ่ระดับโลกเข้ามาแทรกคือโควิด ทำให้เกิดปรากฏการณ์แอลกอฮอล์ขาดตลาด เมื่อมาคู่กับสินค้าแอลกอฮอล์ล้างมือ ตอนแรกก็เป็นสเปรย์หรือเจลแอลกอฮอล์ธรรมดา ต่อมามีการเติมสารต่างๆ เช่นให้ผิวชุ่มชื้น ใส่สี แต่งกลิ่น ซึ่งตรงนี้เป็นจุดที่นานาโนเทคโนโลยีเข้ามาใช้ได้ เทรนด์ที่ 2 คือเครื่องสำอางออร์แกนิก ที่เป็นเครื่องสำอางที่ใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ ไม่ผ่านการใช้สารเคมีและกระบวนการ GMO และจากเทรนด์ออร์แกนิกก็พัฒนามาเป็น Green Cosmetic หรือเครื่องสำอางจากธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่จำกัดแค่ส่วนผสมแต่รวมไปถึงขั้นตอนการผลิตและบรรจุภัณฑ์ปราศจากสารเคมี สามารถรีไซเคิลได้

### 3.2.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factor)

ในยุคปัจจุบันธุรกิจก่อให้เกิดขยะและของเสียในเกือบทุกกระบวนการตลอดห่วงโซ่คุณค่า เช่น ของเสียที่เกิดขึ้นตั้งแต่ขั้นตอนของการได้มาซึ่งวัตถุดิบ การขนส่งและจัดเก็บวัตถุดิบ การผลิตสินค้าและบริการ การขนส่งหรือส่งมอบสินค้าและบริการสู่ลูกค้า การตลาดและการขายสู่ผู้บริโภค ไปจนถึงการใช้สินค้าและบริการนั้นของผู้บริโภค ธุรกิจจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการขยะ ของเสีย และมลพิษอย่างจริงจัง เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดข้อกำหนดทางกฎหมายหรือการไม่ได้รับการยอมรับให้ประกอบธุรกิจ (license to operate) จากชุมชนและสังคมที่ได้รับความเดือดร้อน ธุรกิจสามารถบริหารจัดการขยะ ของเสีย และมลพิษอย่างมีประสิทธิภาพได้ โดยให้ความสำคัญกับการลดการใช้ การนำกลับไปใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล การปรับกระบวนการผลิต ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือโมเดลธุรกิจ และส่งเสริมให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การใช้

นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้องตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ รวมถึงช่วยสร้างจิตสำนึกเพื่อมีส่วนในการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคให้เลิกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย การกระทำเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนความรับผิดชอบต่อธุรกิจในการลดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงานบริหารจัดการความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจและความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎระเบียบอีกด้วย เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจและสังคมโดยรวม

### 3.2.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)

การประกอบกิจการ ด้วยการนำที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมความงาม เช่น การนวดในร้านทำผมหรือร้านเสริมความงาม การเปิดร้านนวดสปา ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมตามกฎหมาย คือ พรบ.การสาธารณสุขและประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตาม พรบ. สถานบริการ นอกจากนี้ยังมีกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิ กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายประกันสังคม พรบ.ภาษีสรรพสามิต กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารและอื่น ๆ

นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่สนใจเปิดร้านนวดสปา นอกจากจะต้องทำความเข้าใจกับความหมายและประเภทของสปาอย่างเข้าใจแล้ว กฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจสปาก็มีความสำคัญและจำเป็น เพราะไม่ใช่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการนวดหรือให้บริการสปาเท่านั้น แต่ยังคงดำเนินการภายใต้การควบคุมของ พรบ.การสาธารณสุขและประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตาม พรบ. สถานบริการ รวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการว่าจ้างแรงงาน การจัดสวัสดิการและการประกันสังคมอีกด้วย โดยการขอใบอนุญาตเปิดร้านนวดกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข การประกอบกิจการร้านสปา หรือประกอบกิจการร้านนวด ไม่ว่าจะเปิดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงามจะถือว่าเป็นกิจการที่เข้าข่ายเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ตาม “พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ” ที่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจต้องดำเนินการขอใบอนุญาตก่อนเปิดกิจการ ซึ่งถ้าหากมีการประกอบกิจการโดยไม่ได้รับอนุญาต จะมีโทษปรับไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๒๑ ผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นผู้ดำเนินการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ต้องมีคุณสมบัติ และไม่มีลักษณะต้องห้าม ดังต่อไปนี้

ก. คุณสมบัติ

(๑) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

(๒) ได้รับวุฒิบัตรหรือประกาศนียบัตรด้านการบริการเพื่อสุขภาพที่ได้รับการรับรองจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

(๓) ผ่านการทดสอบและประเมินความรู้ความสามารถจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ข. ลักษณะต้องห้าม

(๑) เป็นบุคคลวิกลจริต คนไร้ความสามารถ หรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(๒) เป็นผู้เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดว่า เป็นผู้กระทำความผิดใน ความผิดเกี่ยวกับเพศ หรือ ความผิด เกี่ยวกับทรัพย์สินตามประมวลกฎหมายอาญา ความผิดตามกฎหมายเกี่ยวกับยาเสพติด ความผิดตามกฎหมาย ว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ หรือความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปราม การค้าประเวณี

(๓) เป็นผู้เจ็บป่วยด้วยโรคติดต่ออันเป็นที่รังเกียจแก่สังคม โรคพิษสุราเรื้อรัง หรือติด ยาเสพติด ให้โทษ

(๔) เป็นผู้อยู่ในระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาตเป็นผู้ดำเนินการ

(๕) เป็นผู้เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตเป็นผู้ดำเนินการและยังไม่พ้นกำหนดหนึ่งปีนับถึง วันยื่นคำขอรับใบอนุญาตเป็นผู้ดำเนินการ

การดูแลสุขภาพสภาพผิวแพ้ง่ายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในยุคสมัย ที่ปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้ผิวเสื่อมโทรมลง ทั้งมลภาวะจากฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ทั้งค่ารังสียูวี ที่อยู่ในระดับสูง หน้าซีกากใส่หน้ากากอนามัยเป็นเวลานาน ก็อาจส่งผลให้เกิดสิวได้ (Masked) หลายคนอาจเลือกแก้ปัญหาหรือฟื้นฟูสภาพผิวจากการทำหัตถการ โดยแพทย์ แต่หลายคนก็อาจ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงผิวเพื่อฟื้นฟูสภาพผิว เสริมเกราะป้องกันผิว ลดรอยด่างแดง หรือแม้แต่ปรับสภาพผิวให้กระจ่างใสขึ้น ในท้องตลาดเองก็มีผลิตภัณฑ์หลายแบรนด์หลายระดับ ราคาที่จำหน่ายให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ มีส่วนผสมและค่าเคลมของแบรนด์ที่แตกต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่ง ที่เป็นข้อจำกัดสำหรับการใช้เครื่องสำอาง คือ เรื่องความปลอดภัย เนื่องจากการใช้เครื่องสำอาง อาจส่งผลกระทบต่อร่างกายได้ โดยเหตุนี้ พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 (พ.ร.บ. เครื่องสำอาง) จึงกำหนดหลายมาตรการเพื่อคุ้มครองสิทธิผู้ใช้เครื่องสำอางเอาไว้

### 3.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน SWOT

#### 3.3.1. จุดแข็ง (Strengths)

3.3.1.1 เจ้าของกิจการมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการตลาดโดยตรง เพราะจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาการตลาด เกียรตินิยมอันดับ 1 และมารดาจบช่างเสริมสวยโดยตรง มีเกียรติบัตรรับประกัน

3.3.1.2 การบริการใช้เครื่องมือหน้า Up5 นวัตกรรมล้ำสมัย ภายใต้มาตรฐานการรับรองบริษัท คังเซน เคนโก อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด (By KangZen Kenko)

3.3.1.3 มีงบประมาณการตลาดที่เพียงพอสามารถลด-เพิ่มในการทำการตลาดได้

3.3.1.4 ระบบภายในการบริหารและควบคุมใช้เทคโนโลยีทันสมัย ivo ข้อมูลจริง พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยน เซ็คสภาพอุปกรณ์เครื่องมือ ซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

3.3.1.5 การบริหารภายในองค์กร New, Flat Structure ทำให้ตัดสินใจได้รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง

### 3.3.2. จุดอ่อน (Weaknesses)

3.3.2.1 บุคลากรที่ให้บริการต้องผ่านการอบรมธุรกิจสปา หรือได้รับการสอนนวดสปา เพื่อให้มีทักษะเฉพาะ แต่การฝึกอบรมต้องใช้เวลาทำให้เกิดความชำนาญ จึงเป็นปัญหาทำให้ขาดบุคลากรที่มีทักษะเนื่องจากการเรียนรู้ต้องใช้เวลาทำให้ขาดรายได้ และผู้ที่เรียนรู้ส่วนใหญ่เป็นบุคคลวัยทำงานที่ต้องมีภาระเรื่องค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว

3.3.2.2 มีปัญหาอุปสรรคต่อการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ เนื่องจากขาดทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการ โดยทางร้านจะทำการจัดสรรเวลาให้แก่พนักงานและตัวเจ้าของร้านในการเพิ่มทักษะด้านภาษามากขึ้น เพื่อสามารถตอบรับลูกค้าชาวต่างชาติที่จะเข้ามาใช้บริการกับทางร้านได้มากยิ่งขึ้น

3.3.2.3 พื้นที่ในการให้บริการค่อนข้างเป็นที่ส่วนบุคคล เพราะทำร้านหน้าบ้าน อาจยังรับลูกค้าได้ไม่มากพอ ต้องจัดสรรเวลาให้กับลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการให้กับทางร้านของเรา

### 3.3.3. โอกาส (Opportunities)

3.3.3.1 หลังพลิกฟื้นจากโควิด-19 มีมูลค่าตลาด อยู่ประมาณราว 35,000 ล้านบาท เติบโตมีการเติบโตอยู่ที่ปีละ 5-7% อันเนื่องมาจาก การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ซึ่งมี 'ธุรกิจสปา-นวดไทย' ที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อยากมาสัมผัสประสบการณ์ตรง

3.3.3.2 ในสภาพสังคมที่มีการแข่งขันสูงได้สร้างความเครียดในการทำงานหรือการดำเนินธุรกิจ และปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้น เช่น ปัญหาสุขภาพทางกาย ทางจิตใจ

หรือปัญหาสุขภาพใบหน้า เป็นต้น ล้วนแล้วทำให้พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะความต้องการความผ่อนคลายในรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้คนในกรุงเทพมหานครมากกว่าร้อยละ 48 หันมาใช้วิถีทางธรรมชาติในการบำบัด ทำให้ตลาดการดูแลสุขภาพมีการขยายตัวมากขึ้น โดยวิธีการผ่อนคลายที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายคือ การเข้ามาใช้บริการ ในธุรกิจสปา

3.3.3 ธุรกิจสปายังเป็นการเสริมสุขภาพให้แข็งแรงและยังช่วยในเรื่องความสวยงามของผิวพรรณอีกด้วย จากสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน มีกระแสนิยมสินค้าที่มาจากธรรมชาติ และบริการความผ่อนคลายในรูปแบบธรรมชาติ มีการดูแลสุขภาพมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคเริ่มมา ใช้บริการสปามากขึ้น โดยส่วนหนึ่งมีความเชื่อที่สามารถช่วยผ่อนคลายความเครียด และเสริมสุขภาพกายและจิตใจ เป็นสถานที่เหมาะสำหรับการผ่อนคลาย อีกทั้งยังเป็นการหลีกเลี่ยงอันตราย จากสิ่งปนเปื้อนทางเคมี เนื่องจากใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติโดยเฉพาะการใช้สมุนไพร ซึ่งโอกาสของธุรกิจสปาไทย

#### 3.3.4. อุปสรรค (Threats)

3.3.4.1 เนื่องจากธุรกิจสปาเพื่อความงามและสุขภาพ เป็นธุรกิจที่มีกฎระเบียบ และข้อบังคับมากมายที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน ดังนั้นสถานประกอบการต้องผ่านการรับรองทั้งด้านสถานที่และผู้ให้บริการจะต้องผ่านการสอบใบประกอบวิชาชีพเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

3.3.4.2 การสรรหานบุคลากร โดยเฉพาะพนักงานที่มีความรู้ความสามารถด้านการบริการสปาและการรักษาบุคลากรทำได้ยาก เนื่องจากพนักงานที่มีศักยภาพและมีประสิทธิภาพ อาจมีการดึงตัวไปอยู่กับคู่แข่งได้

### 3.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

#### 3.4.1 คู่แข่งทางตรง

ผลการสำรวจคู่แข่งสปาหน้า รูปแบบ Day Spa ในกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 5 แห่ง

คือ

ตารางที่ 3.1 แสดงคู่แข่งทางตรงร้านสปาหน้า รูปแบบ Day Spa ในกรุงเทพมหานคร

คู่แข่งทางตรง			
ชื่อร้าน	โปรแกรม	ระยะเวลาให้บริการ	ราคาการบริการ
1. RLAX 	ทรีตเมนต์บำรุงหน้า	60 นาที	690 บาท
		90 นาที	990 บาท
		120 นาที	1,280 บาท
2. Dararin Spa 	สปาหน้าพาวเวอร์ Power Facial	30 นาที	700 บาท
	สปาหน้าลดเลือนริ้วรอย	60 นาที	1,150 บาท
3. Dahra Spa 	มาสก์หน้าเพื่อผิวขาวใส	60 นาที	1,400 บาท
	มาสก์หน้าสูตรสะอาด ล้ำลึก เรียบเนียน กระชับ	90 นาที	2,200 บาท
4. The Oasis Spa 	สูตรสมุนไพรไทย สำหรับผิวธรรมดา	60 นาที	1,400 บาท
	สูตรดีท็อกซ์ผิว กระตุ้นการผลิตผิว	60 นาที	2,500 บาท



<p>5. Cocoa Nail&amp; Spa</p> 	<p>สปาหน้า</p>	<p>60 นาที</p>	<p>300 บาท</p>
---	----------------	----------------	----------------

### 3.4.1 คู่แข่งทางอ้อม

ผลการสำรวจคู่แข่งทางอ้อมในกรุงเทพมหานคร คือ คลินิกเสริมความงาม มีทั้งหมด 5 แห่งขอดนิยมน ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงคู่แข่งทางอ้อม ในกรุงเทพมหานคร

คู่แข่งทางอ้อม	
ชื่อร้าน	รายละเอียด
<p>1. Meko Clinic</p> 	<p>“เมโกะ คลินิก ” ก่อตั้งเมื่อปี 1982 โดย นายแพทย์มนัส ฉายาวิจิตรศิลป์ ให้บริการตามมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพ เป็นหลัก จนถึงวันนี้กว่า 36 ปี</p>
<p>2. NITIPON CLINIC</p> 	<p>นิติพลคลินิก ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2534 โดย นายแพทย์ นิติพล ชัยสกุลชัย แพทย์ผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้ เฉพาะทางด้านผิวหนังและความงาม และด้วยกลยุทธ์ ที่มุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านความ สวยงาม จาก “คลินิกรักษาผิวพรรณ” (Medical skin clinic) จึงเปลี่ยนมาเป็น “สถาบันดูแลความงามครบ วงจร” (Aesthetic Beauty clinic) โดยมีการนำ เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ล้ำหน้ามา เป็นส่วนหนึ่งของการบริการของเรา</p>
<p>3. PRIVATO CLINIC</p>	<p>Privato Clinic คลินิกเสริมความงามที่เชี่ยวชาญด้าน ปัญหาผิวและใบหน้า มุ่งมั่นที่จะส่งมอบผลลัพธ์ด้าน ความงามให้กับผู้เข้ารับบริการทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย</p>

	<p>ด้วยการนำเข้านวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ดีที่สุด และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ซึ่งเราได้รับรางวัลการันตีจากบริษัทระดับโลกมาแล้วมากมาย ในฐานะคลินิกเสริมความงามที่ได้มาตรฐานระดับ World Class</p>
<p>4. SLC Clinics &amp; Hospital</p> 	<p>SLC สยามเลเซอร์ คลินิก สถานพยาบาลความงาม ที่ได้รับความเชื่อมั่น ไว้วางใจ จากผู้ที่ต้องการประสบการณ์จาก “ความสวย” มาตลอดระยะเวลา กว่า 17 ปี ด้วยความชำนาญจากทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ทั้งทางด้าน ผิวพรรณ ศัลยกรรม ตกแต่งตัวเรือนร่าง ประกอบกับเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ ถูกคัดสรรอย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัยอุปกรณ์ทางการแพทย์ด้วยมาตรฐานสากล (Fully Automatic Autoclave) ได้รับการรับรองเครื่องมือ แพทย์จาก องค์การอาหารและยา ของประเทศไทย และ สหรัฐอเมริกา ได้มาตรฐาน กระทรวงสาธารณสุข</p>
<p>5. The Klinique</p> 	<p>THE KLINIQUE (เดอะคลินิก) ผู้นำอันดับ 1 นวัตกรรมยกกระชับ ปรับรูปหน้าและลดริ้วรอยระดับเอเชียแปซิฟิก ตอบโจทย์ทุกศาสตร์ความงาม อย่างเป็นธรรมชาติให้กับทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัยในแบบฉบับของตัวเอง เน้นประสิทธิภาพการรักษาโดยทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และการผสมผสาน ศิลปะความงามจากนวัตกรรมทางการแพทย์ มาตรฐานสหรัฐอเมริกา US FDA และยุโรป</p>

## บทที่ 4

### แผนการตลาด และการประมาณการรายได้

#### 4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

เป้าหมายทางการตลาดของ KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) คือ ร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ สำหรับผู้ที่มีพฤติกรรมชื่นชอบการรักษา บำบัดดูแลสุขภาพใบหน้าด้วยธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรม และมีเวลาในชีวิตที่จำกัดเน้นความต้องการผ่อนคลายที่เพิ่มมากขึ้นด้วยรูปแบบธรรมชาติ โดยจะใช้วิธีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสร้างความตระหนักให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ใช้บริการ ซึ่งทำให้เพิ่มโอกาสในการเข้าใช้บริการสปาหน้าได้ โดยการตลาดทางตรงจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาจากความเครียดและรู้สึกไม่ผ่อนคลาย กลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาสุขภาพใบหน้า สิว รอย สิว จุดต่างดำ กระ ฝ้า ริวรอย ตีนกา บนใบหน้า และกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาอยากยกกระชับใบหน้า ไม่อยากผ่าตัดศัลยกรรม ผ่านทาง Social Media และ Line Official Account เพื่อสร้างการรับรู้และชี้ให้เห็นว่าสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านการรักษา บำบัด ดูแลสุขภาพใบหน้าด้วยธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรมก็สามารถทำให้สุขภาพใบหน้าสดใสและกระชับได้อีกด้วย

#### 4.2 วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

- เพื่อสร้างการรับรู้ให้ร้านเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในด้านการบริการสปาหน้าที่มีคุณภาพด้วยรูปแบบธรรมชาติ พร้อมทั้งสร้างความจดจำในตราสินค้า ภาพลักษณ์แบรนด์ได้เป็นอย่างดีมีมาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (By KangZen Kenko)
- เพื่อสร้างความตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญในการเลือกใช้บริการรักษา บำบัดดูแลสุขภาพใบหน้าด้วยธรรมชาติ โดยคำนึงถึงคุณค่า ประโยชน์ที่จะได้รับ และให้บริการสปาหน้าด้วยรูปแบบธรรมชาติโดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรม เป็นตัวเลือกหนึ่งในการตัดสินใจใช้บริการรักษา บำบัด ดูแลสุขภาพใบหน้าทุกครั้งของผู้บริโภค

- เพื่อสร้างการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อติดต่อนำเสนอบริการ ในรูปแบบช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้และยอดขายให้แก่ร้านสปาหน้า เพื่อให้ร้านสปาหน้ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### 4.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

การกำหนดโดยใช้กลยุทธ์ (STP) โดยแบ่ง ดังนี้

4.3.1 การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) มีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดโดยพิจารณาในเชิง ดังนี้

#### 4.3.1.1 แบ่งตามหลักประชากรศาสตร์ Demographic Segmentation

- เพศชาย เพศหญิง LGBTQ+ วัยทำงานอายุ 25-65 ปี

#### 4.3.1.2 แบ่งตามหลักจิตวิทยา Psychographic Segmentation

ชั้นของสังคม

- ชนชั้นกลางระดับบน (UPPER MIDDLE CLASS)  
มีการศึกษาสูง มีหน้ามีตาในสังคม มีกำลังซื้อที่สูง เช่น ตำแหน่งเป็นผู้บริหาร หรือมีตำแหน่งผู้จัดการขึ้นไป INFLUENCERE สจ๊วต แอร์โฮสเตส
- ชนชั้นกลางระดับล่าง (LOWER MIDDLE CLASS)  
เรียนจบปริญญาตรีหรือสูงกว่า ทำงานในบริษัทที่ดี เข้าออกงานเป็นเวลา เป็นพนักงานออฟฟิศ ไม่จำเป็นต้องใช้แรงงาน มีหนี้บัตรเครดิตบ้างแต่มีความสามารถในการจัดการเงินเดือนได้ดี มีเงินไปเที่ยว และใช้จ่ายได้แบบสบาย ๆ

#### 4.3.1.3 แบ่งตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ Behavior Segmentation

- ผู้บริโภคต้องการหาที่บำบัดผ่อนคลายจากการมีสภาวะการเครียดหรือพักผ่อนไม่เพียงพอ
- ผู้บริโภคที่ไม่มีความมั่นใจในลักษณะผิวใบหน้าของตัวเองหาที่รักษาใบหน้าโดยไม่ต้องการพึ่งผ่าตัดศัลยกรรมบนใบหน้า

#### 4.3.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) เลือกกลุ่มคนที่สนใจจะเข้าทำการตลาด ดังนี้

##### 4.3.2.1 กลุ่มเป้าหมายลูกค้าหลัก (Primary Target) สัดส่วน 70%

กลุ่มวัยทำงาน 25-65 ปี เพศหญิงและชาย LGBTQ+  
คนไทยที่มีกำลังซื้อสูงและมีพฤติกรรมที่รู้สึกไม่สดชื่น พักผ่อนไม่เพียงพอ มีความเครียด ต้องการหาที่บำบัดผ่อนคลาย และพฤติกรรมที่ชื่นชอบในการรักษาสุขภาพใบหน้าแบบธรรมชาติ โดยไม่พึ่งผ่าตัดศัลยกรรม

##### 4.3.2.2 กลุ่มเป้าหมายลูกค้ารอง (Secondary Target) สัดส่วน 30%

กลุ่มวัยทำงาน 25-65 ปี เพศหญิงและชาย LGBTQ+  
คนต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยที่มีพฤติกรรมชื่นชอบสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและรักษาสุขภาพใบหน้าแบบธรรมชาติ แต่ยังไม่ใส่ใจในเรื่องของคุณภาพการบริการสปาหน้าในระดับสูง

#### 4.3.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) เป็นการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ ดังนี้



#### รูปภาพ 4.1 แสดงวางตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์ (Brand Positioning)

การวางตำแหน่งทางการตลาด KP NATURE SPA (By Kangzen Kenko) แบ่งเป็น 2 แขนงจากมุมมองของผู้บริโภค โดยใช้เรื่องของคุณภาพสูงและราคาในการแบ่งแค้น เพราะการบริการสปาหน้าในท้องตลาดมีความหลากหลายทั้งคุณภาพและราคาแตกต่างกันออกไป สำหรับ KP

NATURE SPA (By Kangzen Kenko) ทางร้านใช้สินค้าภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดทั้งหมด เนื่องจากเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2536 ใช้ทุนจดทะเบียน 120 ล้านบาท ด้วยวิสัยทัศน์การบริหารงานอันกว้างไกลและอยู่อย่างยาวนาน พร้อมทั้งการบริการสามารถตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าได้ โดยเครื่องนวดหน้า Up 5 นวัตกรรมล้ำสมัยเทคโนโลยีอัจฉริยะ ศาสตร์แห่งความงามนวัตกรรมเหนือกาลเวลา จุดเด่นสามารถดูแลผิวได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. Cleansing Mode ประจุทำความสะอาดอย่างล้ำลึก 2. Eye – Zone Mode ดูแลปัญหารอบดวงตาขั้นสุด 3. Facial Mode ดูแลผิวหน้าให้คงความชุ่มชื้น เผยผิวที่แข็งแรง 4. Lifting Mode ยกกระชับผิว ลดปัญหาริ้วรอย 5. Vitamin C Mode ลดจุดด่างดำ เพื่อผิวกระจ่างใส และ Premium Spa สำหรับนวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระจ่างใส ลดสิ่ว รอยสิ่ว จุดดำดำ ลดการอักเสบของผิวหน้า ยกกระชับใบหน้า ลดริ้วรอย กระ ฝ้า ให้จางลง ครบจบในโปรแกรมเดียว และทางร้านเป็นร้านสปาแบบ Day Spa เพราะเป็นการให้ระยะเวลาสั้นไม่เกิน 3 ชั่วโมง เน้นการให้บริการนวดเสริมความงามและการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยากสะดวกและรวดเร็ว สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่จำเป็นต้องเข้าพักอีก

#### 4.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติจะใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง Differentiation strategy ที่สามารถในการจัดหาคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งและไม่มีผู้ใดมี ในด้านคุณภาพ หรือบริการหลังการขายให้กับลูกค้า ซึ่งทางร้านใช้การวางกลยุทธ์แบบ 7Ps (Marketing Mix) เป็นแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดในการทำธุรกิจเพื่อช่วยให้สามารถคิดค้นกลยุทธ์ที่จะทำให้การบริการของร้านเป็นที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและต้องมีความแตกต่างและโดดเด่นกว่าการบริการของคู่แข่งด้วยเหมือนกัน

##### 4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ Product - Service

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) การบริการร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพที่ดีพร้อมทั้งมีมาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีการบริการสปาหน้าใช้เครื่องนวดหน้า Up 5 นวัตกรรมล้ำสมัยเทคโนโลยีอัจฉริยะ ศาสตร์แห่งความงามนวัตกรรมเหนือกาลเวลา พร้อมทั้งมีโปรแกรมบริการสปาน้ำรูปแบบใหม่ มี 3 โปรแกรม ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงรายละเอียดเครื่องนวดหน้า Up5

รูปตัวเครื่อง	จุดเด่นของตัวเครื่อง
 <p>Kangzen 5 รุ่นตอนเป็น 1 เครื่อง ด้วยผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า Up5</p>	<p>สามารถดูแลผิวได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. Cleansing Mode ประจุทำความสะอาดอย่างล้ำลึก 2. Eye – Zone Mode ดูแลปัญหาหกรอบดวงตาขั้นสุด 3. Facial Mode ดูแลผิวหน้าให้ถึงความชุ่มชื้น เผยผิวที่แข็งแรง 4. Lifting Mode ยกกระชับผิว ลดปัญหาริ้วรอย 5. Vitamin C Mode ลดจุดต่างดำ เพื่อผิวกระจ่างใส</p>



ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดโปรแกรม Basic

โปรแกรม บริการสปาหน้า รูปแบบใหม่	รายละเอียดโปรแกรม	ผลิตภัณฑ์หลัก ที่ใช้ในการบริการ	จุดเด่น ของผลิตภัณฑ์
BASIC	นวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระจ่างใส	<p>1. Orange Face Gel Scrub</p> 	<p>1. ปกป้องผิวจากความหมองคล้ำ ลดการอักเสบของผิว ผิวขาวกระจ่างใส</p>
		<p>2. Unicorn Facial Mask</p> 	<p>2. ซ่อมแซมผิวในช่วงเวลา กลางคืน ฟีนฟูให้นุ่มฟู เติมน้ำ ให้กับผิว ช่วยให้ผิวมีความชุ่ม ชื้นขั้นสูงสุด</p>
		<p>3. Mineral Water Spray</p> 	<p>3. เติมอ็อกซิเจนให้กับผิว กระตุ้นเซลล์ผิวให้แข็งแรง ปกป้องผิวจากมลภาวะทำให้ ผิวสุขภาพดี</p>





ตารางที่ 4.3 แสดงรายละเอียดโปรแกรม Advance


โปรแกรม บริการสปาหน้า รูปแบบใหม่	รายละเอียดโปรแกรม	ผลิตภัณฑ์หลัก ที่ใช้ในการบริการ	จุดเด่น ของผลิตภัณฑ์
ADVANCE	นวดหน้าลดริ้วรอย ยกกระชับปรับรูปหน้า (V-Shape)	1. Rose Massage Gel 	1. ป้องกันการเกิดริ้วรอย ช่วยให้ผิวดูเปล่งปลั่งสุขภาพดี
		2. Tightening Pink Clay Mask 	2. ช่วยให้ผิวกระชับ ลดเลือนรู ขุมขน ลดเลือนริ้วรอยแห่งวัย กระตุ้นการสร้างคอลลาเจน
		3. Mineral Water Spray 	3. เติมออกซิเจนให้กับผิว กระตุ้นเซลล์ผิวให้แข็งแรง ปกป้องผิวจากมลภาวะทำให้ ผิวสุขภาพดี

ตารางที่ 4.4 แสดงรายละเอียดโปรแกรม Premium

โปรแกรม บริการสปาหน้า รูปแบบใหม่	รายละเอียดโปรแกรม	ผลิตภัณฑ์หลัก ที่ใช้ในการบริการ	จุดเด่น ของ ผลิตภัณฑ์
PREMIUM	นวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระชับใส ลดสิ่ว รอยสิ่ว จุดต่างค่า ลดอาการอักเสบของ ผิวหนัง ยกกระชับใบหน้า ลดริ้ว รอย กระ ฝ้า ให้จางลง	1. Micellar Cleansing Speed Mousse Facial Wash  2. Orange Face Gel Scrub 	1. ฟีนฟู ซ่อมแซมผิว ช่วยผิวเนียน นุ่ม ป้องกัน อาการแพ้ ลด การเกิดสิ่วทุก ประเภท ด้าน แบคทีเรีย  2. ปกป้องผิว จากความหมอง



			<p>คล้ำ ลดการ อักเสบของผิว ผิวขาวกระจ่าง ใส</p>
		<p>3. Rose Massage Gel</p>  <p>4. Pure Gold Facial Mask</p> 	<p>3.ป้องกันการ เกิดริ้วรอย ช่วยให้ผิวดู เปล่งปลั่ง สุขภาพดี</p> <p>4.ช่วยให้ผิว สว่างกระจ่างใส แก้ปัญหาสีผิว ไม่สม่ำเสมอ สดใสเปล่งปลั่ง</p>
		<p>5. Tightening Pink Clay Mask</p>  <p>6. Super Volcanic Clay Mask</p> 	<p>5.ช่วยให้ผิว กระชับ ลด เลื้อนรูขุมขน ลดเลื้อนริ้วรอย แห้งวัย กระตุ้น การสร้าง คอลลาเจน</p> <p>6.ดูดซับสิ่ง สกปรก ควบคุมความ มัน ลดการ อักเสบ ลด อาการระคาย เคือง ป้องกัน เซลล์จากความ ชรา ต้าน แบคทีเรีย</p>

		<p>7. Mineral Water Spray</p> 	<p>7.เติมอีออกซิเจนให้กับผิว กระตุ้นเซลล์ผิวให้แข็งแรง ปกป้องผิวจากมลภาวะทำให้ผิวสุขภาพดี</p>
--	--	--	---

#### 4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา Price

การกำหนดราคาอัตราค่าบริการของสปาหน้า ทางร้านใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Competition - based pricing การตั้งราคาอ้างอิงจากคู่แข่งในตลาดธุรกิจสปาหน้า ดังนั้นกลยุทธ์ด้านราคาของร้าน KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) จะตั้งราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งที่เป็นร้านสปาหน้า แต่ทางร้านจะมอบคุณค่าในการบริการแก่ลูกค้าที่แตกต่าง ทั้งในเรื่องของคุณภาพสินค้าที่มีคุณสมบัติที่สามารถรักษา ดูแล บำบัดตรงตามโปรแกรมของทางร้าน พร้อมทั้งเครื่องนวดหน้า ยูทีไฟว์ นวัตกรรมล้ำสมัยเทคโนโลยีอัจฉริยะ ศาสตร์แห่งความงามนวัตกรรมเหนือกาลเวลา โดยมีการตั้งราคา ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดราคาแต่ละโปรแกรม

โปรแกรม บริการสปาหน้า รูปแบบใหม่	รายละเอียดโปรแกรม	ระยะเวลา	ราคา ต่อครั้ง	ราคา ต่อคอร์ส 10 ครั้ง	ราคาต่อ คอร์ส 12 ครั้ง
BASIC	นวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระจ่างใส	1 ชั่วโมง	500 บาท	5,000 บาท	-
ADVANCE	นวดหน้าลดริ้วรอย ยกกระชับปรับรูปหน้า (V-Shape)	1 ชั่วโมง 30 นาที	1,000 บาท	10,000 บาท	-
PREMIUM	นวดหน้าผ่อนคลาย ผิวกระจ่างใส ลดสิว รอยสิวจุดต่างด้า	2 ชั่วโมง 30 นาที	-	-	15,000 บาท

	ลดอาการอักเสบของผิวหนัง ยก กระชับใบหน้า ลดริ้วรอย กระฝ้า ให้จางลง				
--	---	--	--	--	--


ในกรณีที่เป็นโปรแกรม PREMIUM ค่าใช้จ่ายรูปแบบคอร์ส 12 ครั้ง เนื่องจากทางร้านตั้งใจอยากให้ลูกค้าเห็นผลในระยะยาว เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีวินัยในการดูแล รักษา บำบัด ใบหน้าด้วยรูปแบบธรรมชาติ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีไว้สักระยะและเคมีบนใบหน้า

#### 4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ทางร้านใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์คู่กัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถรู้จักร้านและเข้าถึงง่ายที่สุด

- **ช่องทางออฟไลน์** ร้านสปาหน้าที่ให้บริการผ่านหน้าร้าน เขตบางเขน จังหวัด กรุงเทพมหานคร การออกแบบและตกแต่งร้านของสถานที่ ร้าน KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นแบบสไตล์ทันสมัย พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โซนต้อนรับลูกค้า โซนสปา โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตาม โดยทางร้านมีการบริการเครื่องดื่มสมุนไพร และภายในร้านมีการนำกลิ่นอโรมาจากสมุนไพร พร้อมทั้งเปิดเพลงดนตรีเบาสบาย เพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายจากเสียงเพลง เป็นต้น
- **ช่องทางออนไลน์** ทางร้านเลือกใช้ Social media เพื่อทำการเน้นการสร้างการรับรู้ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยทางร้านจะเลือกใช้แอปพลิเคชัน 3 คือ Facebook Instagram TikTok

#### ตารางที่ 4.6 แสดงแอปพลิเคชันในการใช้สร้างการรับรู้ประจำร้าน

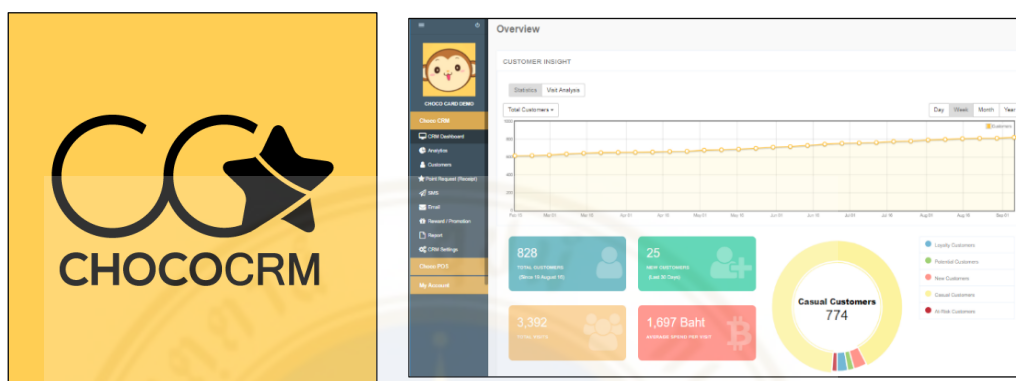
แอปพลิเคชัน	รายละเอียดสร้างการรับรู้
	เน้นสร้างแบรนด์ร้าน นำแนะนำการบริการ สร้างกิจกรรม เผยแพร่แก่ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยให้แบรนด์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งโปรโมทแบรนด์ร้านได้ ทั้งแบบออร์แกนิก และเสียเงิน เหมาะสร้างการรับรู้

	ของแบรนด์ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
	เน้นที่รูปภาพและวิดีโอเป็นหลัก โฆษณาสินค้าหรือการบริการ รวมถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นได้อย่างน่าจดจำ เช่น ลักษณะรูปแบบของร้าน สินค้าสำหรับหน้าหน้าแต่ละโปรแกรม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยรักษา ดูแล บำบัดให้กับผิวหน้าของลูกค้าได้
	เน้นวิดีโอใส่เพลงที่มีความสนุกสนาน เสริมภาพลักษณ์ร้านให้ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มให้เห็นถึงความสำคัญตระหนักถึงคุณค่าการเข้าร้านสปาหน้า ไม่น่าเบื่ออย่างที่คิดกัน พร้อมทั้งมีคุณภาพที่น่าเชื่อถือ เพื่อลูกค้ามาใช้บริการได้อย่างเชื่อมั่น

#### 4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ทางร้านใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดใช้ Line Official Account ในการทำ CRM เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านบริการเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละคน เช่น วันเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ, โปรแกรมที่เลือกใช้บริการ และรวมไปถึงการประเมินความพึงพอใจพร้อมทั้งข้อเสนอแนะหลังได้รับบริการด้วย เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการบริการของร้านให้มีคุณภาพและถูกใจลูกค้ามากที่สุด

โดยจะเลือกใช้บริการระบบ ของ CHOCO CRM เพื่อนำมาเพิ่มยอดขาย สร้างฐานลูกค้าประจำ เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เพราะลูกค้าประจำคือรายได้หลักของร้าน เช่น สะสมแต้ม แพ็กเกจขายหน้าร้าน คุปองขายหน้าร้าน เป็นต้น แล้ว CRM ยังเป็นเครื่องมือมัดใจลูกค้าประจำ เพื่อเกิดการบอกต่อให้เกิดฐานลูกค้าใหม่ ๆ



รูปภาพ 4.2 แสดงโลโก้และภาพรวมข้อมูลของระบบ CHOCO CRM

#### 4.4.5 กลยุทธ์ด้านการจัดการเกี่ยวกับคนหรือพนักงาน

KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ในด้านพนักงาน ทางร้านมีชุดยูนิฟอร์มให้กับพนักงานของเรา ทั้งพนักงานต้อนรับ พนักงานภาคปฏิบัติการสปา พนักงานหลังบ้านหรือฝ่ายวางแผนการตลาด เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกสามัคคีระหว่างพนักงานด้วยกันเอง ก่อให้เกิดความทัดเทียม ถึงความเสมอกัน ปราศจากความจน ความรวย ไม่มีความกดดันว่าต้องสวมเครื่องแต่งกายยี่ห้อดีมีราคาแพง ตามสมัยนิยม ส่งเสริมภาพลักษณ์ช่วยให้ชื่อร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มความคล่องแคล่วในการทำงานได้อีกด้วย มีความเป็นมาตรฐานได้รับการรับรองบริษัท กังเซน เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เพราะทางร้านจะทำการส่งพนักงานไปทำการอบรมกับบริษัท เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

ตารางที่ 4.7 แสดงตัวอย่างชุดยูนิฟอร์ม

ตัวอย่างชุดยูนิฟอร์ม	รายละเอียด
	<p>รูปแบบชุดยูนิฟอร์มพนักงานภาคปฏิบัติการสปา</p> <p>ทางร้านจะทำชุดบริการพนักงานให้ 2 ชุด</p> <p>ชุดที่ 1 เสื้อเชิ้ตสีขาวแขนสั้น พร้อมทั้ง กางเกงเข้ารูปสีเขียว</p> <p>ชุดที่ 2 เสื้อเชิ้ตสีเขียวแขนสั้น พร้อมทั้ง กางเกงเข้ารูปสีขาว</p> <p><u>หมายเหตุ</u> เสื้อและกางเกงจะเป็นคนละสีกัน ไม่ใช่ชุดสีเขียวเหมือนในรูป รูปที่นำมาเป็นเพียงแหล่งอ้างอิงในการออกแบบให้กับยูนิฟอร์มทางร้านเท่านั้น</p>
	<p>รูปแบบชุดยูนิฟอร์มพนักงานต้อนรับ ประชาสัมพันธ์ หรือ ฝ่ายวางแผนการตลาด ทางร้านจะทำการมีชุดบริการพนักงานให้ 2 ชุด</p> <p>ชุดที่ 1 เสื้อเชิ้ตแขนยาว พร้อมทั้ง กระโปรงทรงเอเข้ารูป สำหรับทำงานภายในองค์กร</p> <p>ชุดที่ 2 เสื้อเชิ้ตแขนยาว พร้อมเสื้อกั๊กนอก กางเกงขายาว ชุดยูนิฟอร์มนี้สำหรับออกไปนอกสถานที่</p> <p><u>หมายเหตุ</u> รูปแบบชุดยูนิฟอร์มสีชุดจะไม่ใช้ตามรูปภาพ สีชุดจริงเป็นสีเขียวเข้ม สีขาว และสีดำ รูปที่นำมาเป็นเพียงแหล่งอ้างอิงในการออกแบบให้กับยูนิฟอร์มทางร้านเท่านั้น</p>

ในส่วนด้านลูกค้า ทางร้านให้ความสำคัญกับ Complain ของลูกค้า ทุก Feedback ของลูกค้า นั้น จะเป็นข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญในการนำมาปรับปรุงการให้บริการของพนักงาน พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับ Customer relationship management (CRM) เป้าหมายหลักของการบริหารลูกค้า เพื่อเป็นการสร้าง Customer Journey ที่สามารถก่อให้เกิด Brand Loyalty ที่เหนียวแน่นระหว่างทางร้านกับลูกค้าได้

#### 4.4.6 กลยุทธ์ด้านกระบวนการในการให้บริการ

KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) ทางร้านจะนำเสนอการบริการให้แก่ลูกค้า ตั้งแต่ต้นจนจบ ไม่ว่าจะเป็นการโปรโมทร้าน การเข้าถึงลูกค้า การบริการสปาหน้า บริการหลังการขาย เพื่อช่วยให้ทางร้านเข้าใจลูกค้าได้มากที่สุด เพราะทางร้านจะรู้ว่าในแต่ละขั้นตอน ลูกค้ามีความคาดหวังต่อร้านอย่างไรบ้าง โดยใช้กลยุทธ์ทั้งด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านการจัดการเกี่ยวกับคนหรือพนักงาน ทั้งหมดในร้านที่มีส่วนในการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้าน โดยจะ Complain ของลูกค้า ทุก Feedback นั้น จะเป็นข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญในการนำมาปรับปรุงการให้บริการของพนักงาน ทำ Research เก็บ Insight ของลูกค้าเพื่อพัฒนาและต่อยอดกลยุทธ์ของร้านอย่างสม่ำเสมอและทำให้ลูกค้ามีประสบการณ์กับทางร้านในทางที่ดีมากขึ้น

#### 4.4.7 กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) เน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านสปาหน้าทั้งการเข้าถึงแบรนด์ การใช้บริการ รวมถึงสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งจำเป็นที่ต้องได้อื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ การออกแบบและตกแต่งร้านของสถานที่ร้าน KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นแบบสไตล์ทันสมัย พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น โซนต้อนรับลูกค้า โซนสปา โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตาม โดยทางร้านมีการบริการเครื่องดื่มสมุนไพร และภายในร้านมีการนำกลิ่นอโรมาจากสมุนไพร พร้อมทั้งเปิดเพลงดนตรีเบาสบายเพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายจากเสียงเพลง เป็นต้น ส่วนพนักงานต้อนรับ พนักงานภาคปฏิบัติบริการสปา มีความเป็นมาตรฐานได้รับการรับรองบริษัท คังเซน เคนโก อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เพราะทางร้านจะทำการส่งพนักงานไปทำการอบรมกับบริษัท เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ระบบภายในการบริหารและควบคุมใช้เทคโนโลยีทันสมัย ไว ข้อมูลจริง พร้อมทั้งมีการปรับเปลี่ยน เช็คสภาพอุปกรณ์เครื่องมือ ซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

## บทที่ 5

### แผนการปฏิบัติการ และแผนการดำเนินงาน

#### 5.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน

1. การสร้างประสบการณ์ที่ผ่อนคลาย มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ผ่อนคลายและทำให้ลูกค้ารู้สึกสงบ สบายใจและผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน
2. การให้บริการที่มีคุณภาพสูง คุณภาพดี เพื่อให้ลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีและพึงพอใจกับบริการของร้าน
3. การสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้า ในการให้บริการที่ดีและประสบการณ์ที่น่าพอใจจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในลูกค้า ซึ่งจะทำให้พวกเขากลับมาใช้บริการอีกครั้งและแนะนำร้านสปาให้กับผู้อื่น
4. การเพิ่มรายได้ โดยการบริการสปาหน้า ที่เพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า
5. การสร้างฐานลูกค้าที่คงที่และมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานกับลูกค้า โดยการให้บริการที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพสูงตลอดเวลา ซึ่งเป็นเป้าหมายในระยะยาวของร้านสปาหน้า

#### 5.2 แบบแผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 5.1 แสดงการวางแผนในการดำเนินงาน

กิจกรรม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
อบรมกับคังเซน-เคนโกสำหรับการคัดสรรสินค้าคุณภาพดี						
เลือกและฝึกฝนพนักงาน						
การทำการตลาดออฟไลน์และออนไลน์						
ทำการเปิดร้านพร้อมให้บริการ						



ปรับปรุงและพัฒนา						
การใช้เทคโนโลยีใน การดำเนินงาน						

ทาง KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ทำการเข้าการอบรม เพื่อเลือกคัดสรรการใช้สินค้าและเครื่องมือภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัดทั้งหมด เนื่องด้วยบริษัท เป็นหนึ่งในสมาชิกสมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association : TDSA) ที่ได้รับการรับรองจากสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Association : WFDSA) และคุณภาพสินค้าได้มาตรฐานเช่นเดียวกัน

บริษัทคังเซน-เคนโก อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2536 โดย คมศักดิ์ธนา อัมพันธ์ยุทธ์ ใช้ทุนจดทะเบียน 120 ล้านบาท ด้วยวิสัยทัศน์การบริหารงานอันกว้างไกล จึงส่งผลให้การดำเนินธุรกิจคังเซนฯ มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคง และมั่นคงให้กับคนทั้งประเทศมาหลายแสนครอบครัว คังเซน-เคนโกดำเนินธุรกิจเครือข่ายการตลาดขายตรงหลายชั้น (Multi-Level Marketing) และการตลาดแบบตรง (Direct Network Marketing) คังเซน-เคนโก เป็นหนึ่งในสมาชิกสมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association : TDSA) ที่ได้รับการรับรองจากสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Association : WFDSA) คังเซน-เคนโก คือธุรกิจเครือข่ายที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และกำลังจะก้าวสู่ปีที่ 28 ในปี พ.ศ. 2564 อย่างมั่นคงและมั่นคง

คังเซน-เคนโก มีสาขาหลักของบริษัทฯ เปิดให้บริการทั่วประเทศจำนวน 22 สาขา นอกจากนั้นยังมีศูนย์ธุรกิจของสมาชิกที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทฯ อย่างเป็นทางการอีกด้วยทั่วประเทศ

1. ศูนย์ธุรกิจคังเซน-เคนโก ออทอไรท์ เซ็นเตอร์ จำนวน 9 สาขา
2. ศูนย์ธุรกิจคังเซน-เคนโก เซ็นเตอร์ จำนวน 202 สาขา

นอกจากนั้น คังเซน-เคนโก ยังได้ขยายสาขาไปยังประเทศเพื่อนบ้าน รวม 3 ประเทศ

จำนวน 62 สาขา ได้แก่

- ปี 2542 คังเซนได้ขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศอินโดนีเซีย
- ปี 2543 คังเซนได้เข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- ปี 2547 คังเซนได้เข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า

คังเซน-เคนโก ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งมั่นส่งเสริมให้ทุกคนในสังคมบรรลุเป้าหมายการมีชีวิตที่ดีขึ้น” (Driving people to achieve a better life) “ไม่เพียงเฉพาะผู้คนในประเทศแต่รวมถึงประชากรทั่วทั้งเขตเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีเป้าหมายแห่งการเป็น



“องค์กรที่น่าชื่นชมและน่าเชื่อถือใน AEC” ให้สำเร็จภายในปี 2022 (To be the admired & trusted MLM brand in AEC)

รูปภาพ 5.1 แสดงที่ตั้งบริษัทคังเซน-เคนโก อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด



รูปภาพ 5.2 แสดงบรรยากาศการจัดอบรมที่บริษัทคังเซน-เคนโก อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด

### 5.3 การจัดตั้งธุรกิจสปา

การจัดตั้งธุรกิจสปา มีรายละเอียดในการจัดทำ ดังนี้

5.3.1 หลักเกณฑ์การยื่นคำร้องขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ เพื่อสุขภาพ หรือ เพื่อเสริมสวย ประเภทของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ แบ่งออกออกเป็น 3 ประเภท คือ

#### 1. สปาเพื่อสุขภาพ

คือ การประกอบกิจการเพื่อให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยการใช้น้ำและการนวดร่างกายเป็นหลัก

#### 2. นวดเพื่อสุขภาพ

คือ การนวดเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเครียด ความเมื่อยล้า

#### 3. นวดเพื่อเสริมความงาม

คือ การนวดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมความงาม เช่น การนวดในร้านทำผม / เสริมสวย เพื่อเสริมความงามทั้งนี้ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำให้บริการ

ในการยื่นคำร้องขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการนั้น เราต้องติดต่อหน่วยงานหลักทั้งหมด 3 หน่วยงาน ได้แก่

การขอใบรับรองมาตรฐาน จะต้องติดต่อทั้งหมด 3 หน่วยงาน

#### 1. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

ยื่นขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ หรือ เพื่อเสริมสวย ณ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดของจังหวัดที่ตั้งสถานประกอบการ

#### 2. องค์การบริหารส่วนตำบล หรือ เทศบาล

\* ยื่นขอจดทะเบียนกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

\* ใบอนุญาตใช้อาคาร

#### 3. สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า

กรณีผู้ประกอบการเป็นนิติบุคคลและยังไม่ได้จดทะเบียนกิจการในรูปแบบห้างหุ้นส่วน จำกัด บริษัท จำกัด ต้องดำเนินการจดทะเบียนนิติบุคคล ณ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า

### 5.3.2 การยื่นเอกสารขอรับรองมาตรฐาน นวดเพื่อสุขภาพ และ นวดเพื่อเสริมสวย

เอกสารครบถ้วนสมบูรณ์ คณะกรรมการและทีมงานจะออกตรวจมาตรฐานของสถานประกอบการและจะออกใบรับรองมาตรฐานภายใน 90 วันขึ้นขั้นตอนการขอใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ \* ใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ มีอายุ 2 ปี

### 5.3.3 การเตรียมเอกสาร: ร้านนวดเพื่อสุขภาพ และร้านนวดเพื่อเสริมสวย

#### 1. เอกสารส่วนบุคคล

1.1 สำเนาบัตรประชาชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจำนวน 1 ฉบับ

1.2 สำเนาทะเบียนบ้าน ของผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจำนวน 1

ฉบับ

1.3 หลักฐานอื่น เช่น ใบสำคัญการเปลี่ยนชื่อ-สกุล ทะเบียนสมรสจำนวน

1 ฉบับ

1.4 ใบรับรองแพทย์ของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจำนวน 1 ฉบับ

1.5 สำเนาใบวุฒิด้านการนวดของผู้ให้บริการทุกคนจำนวน 1 ฉบับ

#### 2. เอกสารประกอบจากหน่วยราชการ

2.1 สำหรับบุคคลธรรมดา

- สำเนาใบทะเบียนพาณิชย์

สำหรับนิติบุคคล

- สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนบริษัท/สนธิ

- บัญชีผู้ถือหุ้นและวัตถุประสงค์

\* และหากมีการมอบอำนาจให้บุคคลอื่นดำเนินการ ต้องมีหนังสือมอบอำนาจด้วย

2.2 ใบอนุญาตการใช้อาคาร (ถ้ามี)

2.3 สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จาก

เทศบาล/อบต.

#### 3. เอกสารประกอบด้านสถานที่ประกอบการ

3.1 หนังสือแสดงความยินยอมขอเจ้าของอาคารหรือสถานที่ที่ตั้งสถาน

ประกอบการ กรณีผู้ประกอบการ ไม่ใช่เจ้าของ

3.2 ภาพถ่ายสถานประกอบการในจุดต่างๆ ตามข้อกำหนด

3.3 แบบแปลน หรือ แผนผังการให้บริการ

3.4 แผนที่แสดงบริเวณที่ตั้งสถานประกอบการจำนวน 2 ฉบับ

#### 4. เอกสารเพิ่มเติมอื่นๆ

##### ขั้นตอน

4.1 ขั้นตอนการให้บริการแต่ละประเภท

4.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการแต่ละประเภท

4.3 ขั้นตอนการทำความสะอาดอุปกรณ์/ผ้า ที่ใช้ในการให้บริการ

บริการ

4.4 เอกสาร หรือหลักฐาน แสดงการป้องกันผู้มีภาวะเสี่ยงจากโรคมะเร็ง

เอกสาร

4.5 แบบสรุปผู้รับบริการ

4.6 เอกสารประชาสัมพันธ์

4.7 แบบประเมินปฏิบัติงาน

4.8 เอกสารแสดงมาตรการป้องกันการถูกล่วงละเมิดจากผู้รับบริการ

## 5.4 ขั้นตอนการทำงาน

### 5.4.1. กิจกรรมแรกเข้า

การรู้จักร้าน เลือกเข้าใช้บริการ และเข้าถึงง่ายที่สุด KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

- **ช่องทางออนไลน์** ทางร้านเลือกใช้ Social media เพื่อทำการเน้นการสร้างการรับรู้ โฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยทางร้านจะเลือกใช้แอปพลิเคชัน 3 แอป คือ Facebook Instagram TikTok
- **ช่องทางออฟไลน์** ร้านสปาหน้าที่ให้ให้บริการผ่านหน้าร้าน เขตบางเขน จังหวัด กรุงเทพมหานคร KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) เป็นแบบสไตล์ทันสมัย พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พร้อมทั้งส่วนตัว เช่น โซนต้อนรับลูกค้า โซนสปา โซนห้องนั่งเล่นสำหรับผู้ติดตาม โดยทางร้านมีการบริการเครื่องดื่มสมุนไพร และภายในร้านมีการนำกลิ่นอโรมาจากสมุนไพร พร้อมทั้งเปิดเพลงดนตรีเบาสบาย เพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายจากเสียงเพลง เป็นต้น

### 5.4.2. กิจกรรมระหว่างให้บริการ

กรณีลูกค้าเข้ามาใช้บริการกับทางร้านแล้ว จะทำการให้ลูกค้า @ Line ของทางร้าน ในการทำ CRM เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านบริการเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละคน เช่น วันเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ, โปรแกรมที่เลือกใช้บริการ สะสมแต้ม และรวมไปถึงการประเมินความพึงพอใจ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะหลังได้รับบริการด้วย เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการบริการของร้านให้มีคุณภาพและถูกใจลูกค้ามากที่สุด

### 5.4.3. กิจกรรมหลังให้บริการ

ทางร้านจะมี Admin ดูแลคอยรับการบริการรับคำร้องและนัดหมายกับลูกค้าได้ทันที พร้อมทั้งมีการติดตามความพึงพอใจ และความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากขึ้น สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันเมื่อขยายถึงเป้าหมาย



## บทที่ 6

### แผนการจัดตั้งองค์กร

#### 6.1 ข้อมูลบริษัท

ชื่อ : ร้านสปาหน้า KP NATURE SPA (By KangZen Kenko)

รูปแบบธุรกิจ : ร้านสปาหน้าเพื่อผ่อนคลายและความงามแบบธรรมชาติ

สินค้าและบริการ : การบริการนวดหน้าโดยใช้เครื่องนวดหน้า Up 5 นวัตกรรมล้ำสมัย

มาตรฐานการรับรองภายใต้บริษัท คังเซน เคนโก

อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด (By KangZen Kenko)

โลโก้บริษัท : KP NATURE SPA (By KangZen Kenko)



รูปภาพ 6.1 แสดงตราสัญลักษณ์ประจำร้าน

#### 6.2 รายชื่อคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการ KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) ทั้งหมด 4 คน ได้แก่

1. ว่าที่ร้อยตรีหญิงประวีรดา โพธิ์งาม
2. นางเกศินีญา โพธิ์งาม
3. นางจุรีพร วัฒนอิสรานุกูล
4. นางสาวชญญาพร หาพันธ์

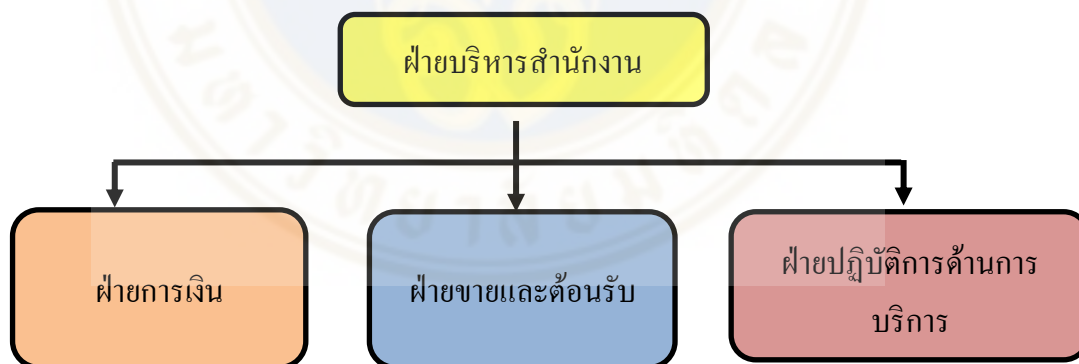
### 6.3 รายชื่อผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อผู้ถือหุ้น KP NATURE SPA (By KangZen Kenko)

รายชื่อผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วนการถือหุ้น
1. ว่าที่ร้อยตรีหญิงประวีรดา โพธิ์งาม	500,000	ร้อยละ 50
2. นางเกศินีญา โพธิ์งาม	200,000	ร้อยละ 20
3. นางจุรีพร วัฒนอิสรานุกุล	200,000	ร้อยละ 20
4. นางสาวธัญญาพร หาพันธ์	100,000	ร้อยละ 10

การจัดตั้ง KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) โดยใช้เงินลงทุนจดทะเบียนผู้ถือหุ้นร้อยละ 100 ซึ่งมีผู้ร่วมลงทุนทั้งสิ้น 4 คน และมีจำนวนเงินลงทุนทั้งสิ้น 1,000,000 บาท โดยมีรายละเอียดสัดส่วนการถือหุ้น จำนวนหุ้น ดังแสดงในตารางที่ 6.1

### 6.4 โครงสร้างองค์กร



รูปภาพ 6.2 แสดงโครงสร้างองค์กร

### 6.5 หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง

#### 6.5.1 ฝ่ายบริหารสำนักงาน

ผู้ดำรงตำแหน่ง : ว่าที่ร้อยตรีหญิงประวีรดา โพธิ์งาม

อัตราเงินเดือน : 50,000 บาท



### หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. การกำหนดทิศทางการเชิงกลยุทธ์ขององค์กรกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ระยะสั้น ระยะยาวของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร ไปจนถึงการสร้างและจัดการวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร
2. สร้างและนำทีมผู้บริหาร ตลอดจนมอบหมายความรับผิดชอบให้กับ ฝ่ายต่างๆ ที่อยู่ภายใต้ผู้จัดการ
3. การตัดสินใจที่สำคัญในนามของบริษัทที่ส่งผลสำคัญต่อประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร รวมถึงการลงทุน และการริเริ่มเชิงกลยุทธ์อื่น ๆ
4. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าบริษัทมีทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานและบรรลุเป้าหมายได้
5. สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า และพนักงาน
6. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าผลการดำเนินงานทางการเงินและการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามหรือเกินกว่าเป้าหมายและวัตถุประสงค์
7. วิเคราะห์และจัดการความเสี่ยงขององค์กร ทั้งความเสี่ยงทางการเงิน การดำเนินงาน และชื่อเสียง รวมถึงติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรม และสถานะตลาดเพื่อระบุโอกาสและภัยคุกคามที่ต้องเผชิญในการแข่งขัน

### คุณสมบัติและประสบการณ์ :

1. จบการศึกษาปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับ 1 สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ
2. มีประสบการณ์ ด้านบริหารการตลาด 1 ปี บริษัท อีออน (ไทยแลนด์) จำกัด ในส่วนของแม็กซ์แวลู ซูเปอร์มาร์เก็ต
3. มีประสบการณ์ ด้าน Digital Marketing 1 ปี 5 เดือน บริษัท ลีพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำกัด (มหาชน)

### 6.5.2 ฝ่ายการเงิน

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นางเกศินีญา โพธิ์งาม

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. วิเคราะห์และวางแผนการเงินขององค์กร มีหน้าที่สร้างและจัดการงบประมาณทางการเงินของบริษัท คาดการณ์ประสิทธิภาพทางการเงิน และวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการตัดสินใจในทางการเงินและกลยุทธ์ต่างๆ
2. การจัดสรรเงินทุนและโครงสร้างเงินทุน เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีทรัพยากรทางการเงินเพียงพอเพื่อรองรับความต้องการของโครงการ การดำเนินงาน การลงทุนของบริษัท และภาระทางการเงินของบริษัท
3. รับผิดชอบในการระบุและบริหารความเสี่ยงทางการเงินที่บริษัทอาจเผชิญ เช่น ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย และความเสี่ยงด้านเครดิต นอกจากนี้ยังอาจรับผิดชอบในการจัดการนโยบายการประกันของบริษัทและกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงอื่น ๆ
4. ดูแลงานด้านบัญชีของบริษัทและดูแลให้งบการเงินมีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังอาจรับผิดชอบในการจัดทำรายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูลสำหรับหน่วยงานกำกับดูแลและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

### 6.5.3 ฝ่ายขายและต้อนรับ

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นางจุรีพร วัฒนอิสรานุกูล

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. กำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาดและแบรนด์ในภาพรวม ให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายที่องค์กรต้องการ รวมถึงควบคุมการดำเนินงานของฝ่ายการตลาดในภาพรวม และประสานงานกับส่วนงานอื่น ๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากำลังเดินทางไปยังทิศทางเดียวกัน

2. สร้างแบรนด์ (Branding) กำหนดทิศทาง สร้าง รักษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของแบรนด์ รวมถึงการทำให้แน่ใจว่าเอกลักษณ์ของแบรนด์นั้นสอดคล้องกันในทุกช่องทางการตลาดและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
3. จัดสรรงบประมาณทางการตลาดโดยรวมอย่างมีประสิทธิภาพ และตรวจสอบให้แน่ใจว่าการใช้งบประมาณทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด
4. การวิจัยตลาด (Market Research) เพื่อค้นหากลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางการตลาดอย่างเหมาะสมที่สุด
5. การสร้างแคมเปญการตลาด เลือก วางแผน และควบคุมการดำเนินการแคมเปญการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างโอกาสในการขาย และเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร รวมถึงติดตามวัดผลและวิเคราะห์ผลที่ได้รับหลังจากได้ลงมือดำเนินกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ไปแล้ว

#### 6.5.4 ฝ่ายปฏิบัติการด้านการบริการ

ผู้ดำรงตำแหน่ง : นางสาวชญญาพร หาพันธ์

อัตราเงินเดือน : 25,000 บาท

หน้าที่ความรับผิดชอบ

1. พัฒนาขั้นตอนการปฏิบัติงานและนำไปปฏิบัติใช้จริง
2. บริหารจัดการและดูแลพนักงานในแผนกต่าง ๆ
3. วิเคราะห์ผลและพัฒนากลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและผลกำไรจากการดำเนินงาน
4. วิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงในการดำเนินงาน
5. แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ

## 6.6 กระบวนการให้บริการของ Day Spa

### 6.6.1. การต้อนรับลูกค้า

- ให้การต้อนรับลูกค้าโดยกล่าวคำว่า สวัสดีค่ะ พร้อมเชิญลูกค้าที่นั่งที่โซนต้อนรับ และบริการ Welcome Drink น้ำสมุนไพรทั้งตัวลูกค้าและผู้ติดตาม
- สอบถามความต้องการของลูกค้าว่าจะใช้บริการใด และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการ รวมถึงแฟล็กเจตต่างๆของร้าน KPNATURE SPA (By KangZen Kenko)
- ให้ลูกค้าเลือกโปรแกรมที่เหมาะสมกับผิวหน้า หรือ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตัวเอง เพื่อจะได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการ
- ลงบันทึกและจัดคิวพนักงานให้บริการสปาตามความเหมาะสม แจ้งและมอบหมายปฏิบัติงานให้แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานเตรียมผลิตภัณฑ์ในการให้บริการ มีการแนะนำพนักงานที่ให้บริการสปาหน้าแก่ลูกค้า และให้พนักงานพาไปยังห้องสปาสำหรับการบริการ

### 6.6.2. การให้บริการสปาและหลังให้บริการสปา

- พนักงานฝ่ายปฏิบัติการบริการสปาหน้า กล่าวคำ สวัสดีค่ะคุณลูกค้า และตรวจสอบรายละเอียดในใบปฏิบัติงานเกี่ยวกับ โปรแกรมสปาหน้าที่คุณลูกค้าเลือก พร้อมทั้งแจ้งระยะเวลาที่ใช้บริการ
- ให้การบริการแก่ลูกค้าตามขั้นตอนของแต่ละโปรแกรมที่คุณลูกค้าได้อย่างประทับใจและได้ตามมาตรฐานของร้าน
- เมื่อเสร็จการให้บริการลูกค้าแล้ว ทางพนักงานจะพาลูกค้ายามาส่งที่บริเวณโซนต้อนรับ เพื่อรอชำระเงิน และสอบถามความพึงพอใจ พร้อมทั้งขอเสนอแนะ
- เชิญลูกค้านั่งโซนต้อนรับ และบริการน้ำสมุนไพรอีกครั้ง รับชำระเงิน และนัดหมายในการให้บริการกับลูกค้าในครั้งต่อไป พร้อมทั้งกล่าวขอบพระคุณที่เข้ามาใช้บริการร้าน KPNATURE SPA (By KangZen Kenko)

### 6.6.3. การเตรียมสถานที่ อุปกรณ์และของใช้ต่างๆ

- การจัดสถานที่ภายในร้าน ทั้งโต๊ะ เก้าอี้ในพื้นที่ต้อนรับ ห้องนั่งเล่น สำหรับผู้ติดตาม ห้องสปา ทั้งจัดตกแต่งร้านให้เรียบร้อย สะอาดตา พร้อมมีการนำกลิ่นอโรมาจากสมุนไพร และเปิดเพลงดนตรีเบาสบาย เพื่อช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายจากเสียงเพลง
- การจัดเตรียมเตียงนวด โดยมีผ้าปูสะอาด หอม พร้อมทั้งเตรียมผ้าขนหนูสำหรับเช็ดหน้าให้ลูกค้าอย่างเรียบร้อย

- การตรวจสอบและเตรียมอุปกรณ์ เช่น เครื่องนวดหน้า ผลิตภัณฑ์มีพร้อมให้บริการ หรือเช็ควันหมดอายุงานเพื่อที่จะทำการแก้ไขสินค้าใหม่มาทดแทนได้ทันที เป็นต้น

- การเตรียมอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ในการให้บริการแต่ละครั้งตรงตามโปรแกรมของร้าน เช่น โปรแกรม Premium มีผลิตภัณฑ์ครบชุดทั้งหมด 7 ชุด เป็นต้น



**บทที่ 7**  
**แผนการเงินและการลงทุน**

**ตารางที่ 7.1 ตารางแสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน**

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	500,000	500,000	-
สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	50,000	50,000	-
ยานพาหนะ	-	-	-
ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	50,000	50,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	112,500	112,500	-
เงินทุนหมุนเวียน	900,000	900,000	-
<b>รวมเงินการลงทุน (บาท)</b>	<b>1,612,500</b>	<b>1,612,500</b>	<b>-</b>

**7.1 โครงการใช้การลงทุนทั้งหมด 1,612,500 บาท**

โดยการใช้เงินลงทุนส่วนตัวของหุ้นส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

7.1.1 ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง: มีการปรับปรุงร้านสปาจากเดิมเป็นใหม่: 500,000 บาท

7.1.2 เครื่องนวดหน้าและสินค้าในการบริการสปาหน้า: 50,000 บาท

7.1.3 ยานพาหนะ: ไม่เสียค่าใช้จ่าย

7.1.4 อุปกรณ์สำนักงาน: 50,000 บาท

7.1.5 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน: 112,500 บาท

- ค่าโฆษณาในสื่อโซเชียลมีเดีย
- ค่าวิจัยและค้นคว้า
- ค่าอบรม
- ค่าจัดตั้งร้าน

7.1.6. เงินทุนหมุนเวียนในบริษัทฯ: 900,000 บาท

## 7.2 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 7.2.1 แสดงความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน

ความสามารถในการให้บริการสูงสุดต่อเดือน		
บริการ	จำนวน/เดือน	หน่วย
Basic	400	คน
Advance	500	คน
Premium	200	คน
<b>รวม</b>	<b>1,100</b>	<b>คน</b>

ตารางที่ 7.2.2 แสดงปริมาณการให้บริการ ตามประมาณการการให้บริการ

บริการ	จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)				
	10%	20%	30%	40%	50%
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Basic	480	960	1,440	1,920	2,400
Advance	600	1,200	1,800	2,400	3,000
Premium	240	480	720	960	1,200
<b>รวม</b>	<b>1,320</b>	<b>2,640</b>	<b>3,960</b>	<b>5,280</b>	<b>6,600</b>

โดยการคิดร้อยละของปริมาณการให้บริการสูงสุดอยู่ในช่วง 10 - 50% เนื่องจากอ้างอิงข้อมูลจากหนังสือทำเงินธุรกิจสปา ที่มีข้อมูลการประมาณการรายได้ต่อเดือนประมาณ 10-50% ของการบริการสูงสุด

ตารางที่ 7.2.3 แสดงอัตราค่าบริการต่อคน

บริการ	บาทต่อคน
Basic	500
Advance	1,000
Premium	15,000

ตารางที่ 7.2.4 แสดงประมาณการรายได้จากการบริการต่อปี

รายได้จากการบริการ (หน่วย : บาท)					
บริการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Basic	240,000	480,000	720,000	960,000	1,200,000
Advance	600,000	1,200,000	1,800,000	2,400,000	3,000,000
Premium	3,600,000	7,200,000	10,800,000	14,400,000	18,000,000
<b>รวม</b>	<b>4,440,000</b>	<b>8,880,000</b>	<b>13,320,000</b>	<b>17,760,000</b>	<b>22,200,000</b>
รายได้ต่อเดือน	370,000	740,000	1,110,000	1,480,000	1,850,000

โดยคำนวณรายได้จากการบริการ ของแต่ละรูปแบบการบริการ จากตารางที่ 7.2.2 ประมาณการการให้บริการ คูณกับ ตารางที่ 7.2.3 ค่าบริการต่อคน

## 7.3 งบการเงิน

ตารางที่ 7.3.1 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน (หน่วย : บาท)					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	4,440,000	8,880,000	13,320,000	17,760,000	22,200,000
ต้นทุนการให้บริการ					
- ต้นทุนบริการแปรได้	2,256,000	4,512,000	6,768,000	9,024,000	11,280,000
- แรงงานในการบริการ	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000



-ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
-ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	328,000	354,000	380,000	406,000	432,000
รวมต้นทุนการให้บริการ	2,889,000	5,171,000	7,453,000	9,735,000	12,017,000
กำไรขั้นต้น	1,551,000	3,709,000	5,867,000	8,025,000	10,183,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร					
-แรงงานในการขายและ บริหาร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
-ค่าเสื่อมราคาในการขาย และบริหาร	32,500	32,500	32,500	32,500	32,500
-ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	960,000	960,000	960,000	960,000	960,000
-ค่าใช้จ่ายด้านการขายและ บริหาร	19,000	19,000	19,000	19,000	19,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	2,211,500	2,211,500	2,211,500	2,211,500	2,211,500
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและ ภาษีเงินได้	-660,500	1,497,500	3,655,500	5,813,500	7,971,500
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	-660,500	1,497,500	3,655,500	5,813,500	7,971,500
ภาษีเงินได้	-132,100	299,500	731,100	1,162,700	1,594,300
กำไรสุทธิ	-528,400	1,198,000	2,924,400	4,650,800	6,377,200

จากการประมาณการงบกำไรขาดทุนของร้านพบว่า ธุรกิจร้านสปา KP NATURE SPA (By KangZen Kenko) มีกำไรในปีที่ 2 ของการดำเนินธุรกิจ โดยในปีที่ 2 มีรายได้จากการบริการ 8,880,000 บาท ในขณะที่ธุรกิจมีต้นทุนบริการเท่ากับ 5,171,000 บาท และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเท่ากับ 2,211,500 บาทเมื่อหักภาษีเงินได้แล้ว ทางร้านจึงมีกำไรสุทธิเท่ากับ 1,198,000 บาท และมีกำไรเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี

ตารางที่ 7.3.2 แสดงประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน (หน่วย : บาท)					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	1,612,500	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	-	-	-	-	-
- รายได้	4,440,000	8,880,000	13,320,000	17,760,000	22,200,000
- เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น	188,000	188,000	188,000	188,000	188,000
<b>รวมแหล่งที่มา (ก.)</b>	<b>6,240,500</b>	<b>9,068,000</b>	<b>13,508,000</b>	<b>17,948,000</b>	<b>22,388,000</b>
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	712,500	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	2,884,000	5,166,000	7,448,000	9,730,000	12,012,000
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	2,179,000	2,179,000	2,179,000	2,179,000	2,179,000
- ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
- ภาษีเงินได้	-132,100	299,500	731,100	1,162,700	1,594,300
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	370,000	370,000	370,000	370,000	370,000
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	240,750	190,167	190,167	190,167	190,167
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	188,000	188,000	188,000	188,000	188,000
- ชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-

รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	6,442,150	8,392,667	11,106,267	13,819,867	16,533,467
เงินสดคงเหลือ - ต้น งวด	-	-201,650	473,683	2,875,417	7,003,550
เงินสดคงเหลือสุทธิ ระหว่างงวด (ก.-ข.)	-201,650	675,333	2,401,733	4,128,133	5,854,533
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	-201,650	473,683	2,875,417	7,003,550	12,858,083

ตารางที่ 7.3.3 แสดงประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน

ประมาณการงบแสดงฐานะการเงิน (หน่วย : บาท)					
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินใน ธนาคาร	- 201,650	473,683	2,875,417	7,003,550	12,858,083
- ลูกหนี้การค้า	370,000	740,000	1,110,000	1,480,000	1,850,000
- งานระหว่างทำ	240,750	430,917	621,083	811,250	1,001,417
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	188,000	376,000	564,000	752,000	940,000
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	597,100	2,020,600	5,170,500	10,046,800	16,649,500
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการ ปรับปรุง	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- ค่าเครื่องมือ เครื่องใช้และอุปกรณ์	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-

- ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
- ค่าใช้จ่ายก่อน ดำเนินงาน	112,500	112,500	112,500	112,500	112,500
รวมสินทรัพย์ถาวร	712,500	712,500	712,500	712,500	712,500
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	37,500	75,000	112,500	150,000	187,500
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	675,000	637,500	600,000	562,500	525,000
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>1,272,100</b>	<b>2,658,100</b>	<b>5,770,500</b>	<b>10,609,300</b>	<b>17,174,500</b>
หนี้สินและส่วนของ เจ้าของ					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	188,000	376,000	564,000	752,000	940,000
รวมหนี้สินหมุนเวียน	188,000	376,000	564,000	752,000	940,000
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	188,000	376,000	564,000	752,000	940,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	1,612,500	1,612,500	1,612,500	1,612,500	1,612,500
- กำไรสะสม	- 528,400	669,600	3,594,000	8,244,800	14,622,000
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,084,100	2,282,100	5,206,500	9,857,300	16,234,500
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ ถือหุ้น</b>	<b>1,272,100</b>	<b>2,658,100</b>	<b>5,770,500</b>	<b>10,609,300</b>	<b>17,174,500</b>

ตารางที่ 7.3.4 แสดงกระแสเงินสดสุทธิ

การคำนวณ NPV, BC ratio และ IRR					
กระแสเงินสดสุทธิ (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- ค่าไรสุทธิ	- 528,400	1,198,000	2,924,400	4,650,800	6,377,200
- ค่าเสื่อมราคา	37,500	37,500	37,500	37,500	37,500
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>	<b>- 490,900</b>	<b>1,235,500</b>	<b>2,961,900</b>	<b>4,688,300</b>	<b>6,414,700</b>

การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนธุรกิจร้านสปา KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) ได้จากการประมาณการ ดังนี้

ค่า k	10	%
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	7,611,652	บาท
BC ratio	5.72	เท่า
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน	73.71	%

สมมติฐานให้ค่า K 10% จากการประมาณของโครงการ ในระยะเวลา 5 ปี สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7,611,652 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 73.71 % มีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 1.5 ปี

## บทที่ 8

### การประเมินความเสี่ยงและแผนรองรับความเสี่ยง

KPNATURE SPA (By KangZen Kenko) ได้มีการประเมินความเสี่ยง และได้เตรียมแผนบริหารความเสี่ยงไว้ล่วงหน้า ในกรณีที่มีสถานการณ์หรือผลลัพธ์จากการดำเนินงานไม่เป็นที่คาดไว้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับแผนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยมีการประเมินความเสี่ยงและแผนบริหารความเสี่ยง ดังนี้

#### 8.1 ความเสี่ยงจากพนักงานลาออกกะทันหัน

แผนบริหารความเสี่ยง โดยมีการจัดจ้างพนักงาน Part-Time เพื่อสามารถรองรับการบริการที่ฉุกเฉินได้ พร้อมทั้งสำรวจความพึงพอใจของพนักงาน Part-Time ในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานที่ร้านได้ในระยะยาว แล้วฝึกอบรมพนักงาน Part-Time ให้เป็นพนักงานประจำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### 8.2 ความเสี่ยงจากการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจสปาที่คล้ายคลึงกัน

แผนบริหารความเสี่ยง โดยทำการพัฒนาการบริการให้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง เช่น สำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ พร้อมทั้งสอบถามข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น, วิจัยและพัฒนาสินค้าร่วมกับพันธมิตร จากการนำปัญหาหรือโอกาสจากภาคปฏิบัติการบริการสปาหน้า นำไปปรับปรุง พัฒนาในภาคธุรกิจการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

#### 8.3 ความเสี่ยงจากการที่จำนวนลูกค้าเข้ารับบริการต่ำกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้

8.3.1 ลูกค้าไม่รู้จักสถานที่ร้าน แผนบริหารความเสี่ยง จำเป็นต้องทำการเพิ่มโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รู้จักมากขึ้น เช่น การเพิ่มโฆษณาลงในสื่อโซเชียลมีเดีย ทำป้ายโฆษณาร้าน แจกใบปลิวเพิ่มมากขึ้น รวมถึงจัดกิจกรรมโปรโมชันพิเศษสำหรับลูกค้าเก่าให้ทำการรีวิवर้าน เพื่อเป็นการบอกต่อและทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการของลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการที่ร้านได้

8.3.2 การบริการไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพการให้บริการ, พนักงาน, ราคา, สถานที่ แผนบริหารความเสี่ยง โดยทางร้านจะทำการสอบถามความพึงพอใจในด้านต่างๆจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประเมินผล เพื่อนำมาหาแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

#### **8.4 ความเสี่ยงจากการที่จำนวนลูกค้าเข้ารับบริการสูงกว่าเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้**

แผนบริหารความเสี่ยง ในเบื้องต้นจะทำการจัดแจงวัน-เวลาระหว่างทางร้านกับลูกค้า เพื่อให้ตรงกัน โดยทำการสื่อสารนัดหมายผ่านทาง Line Official Account ของทางร้าน ส่วนลูกค้าใหม่ที่ทำกรรับรู้ร้านจากสื่อ โซเชียลมีเดียหลังโฆษณา นั้น ทางร้านจะทำการนัดหมายผ่านเบอร์โทรศัพท์ หรือ แชนทข้อความ กับลูกค้าใหม่ในทันที พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกและส่วนตัวในระหว่างเข้ามาใช้บริการกับทางร้านเช่นเดียวกัน

## บรรณานุกรม

- Raven Antoinette. (2566). 7 เหตุผลที่ต้องเข้าสปา บ้างจ๊ายและสาเหตุต่าง ๆ ที่คุณอาจคาดไม่ถึง. เข้าถึงได้จาก <https://thethaiger.com/th/news/747451/>
- ศุภรางค์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ. (2562). บ้างจ๊ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงได้จาก <file:///C:/Users/asus/Downloads/jart-.pdf>
- สุนีย์ เตชะกสิกรพาณิชย์. (2558). แผนธุรกิจร้านสปาเพื่อสุขภาพและความงาม SPA@EASE. เข้าถึงได้จาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/.pdf>
- ดาร์รินสปา & เวลเนส. (2566). สปาหน้าใส นวดหน้ายกกระชับ. เข้าถึงได้จาก <https://dararinspa.com/>
- Maprang. (2563). ประโยชน์ของ ‘การนวดหน้า’ ที่คุณอาจไม่รู้. เข้าถึงได้จาก <https://rlax.me/th/blog/how-to-benefit-from-facial-massage/>
- อาจารย์ กิตติ ลีสยาม. (2552). การนวดหน้า. เข้าถึงได้จาก [https://www.stou.ac.th/Schools/Shs/booklet/1\\_2552/thai.htm](https://www.stou.ac.th/Schools/Shs/booklet/1_2552/thai.htm)
- MIDI CLINIC มีดีคลินิก. (2563). นวดหน้า : ศาสตร์แห่งการชะลอวัย (Facial Massage for Anti-Aging). เข้าถึงได้จาก <https://midiclinic.com/>
- THAILANDSE. (2562). กลยุทธ์ด้านการตลาด ธุรกิจสปาและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ. เข้าถึงได้จาก <https://www.thailandholistic.com/strategy-for-spa-business/>



## บรรณานุกรม (ต่อ)

คังเซน-เคนโก บริษัทขายตรงสัญชาติไทย. (2564). บริษัทขายตรงสัญชาติไทย. เข้าถึงได้จาก

<https://www.kangzen.com/>

Marketeer Team. (2563). สปา-นวด: ตลาดที่มีผู้เล่นหลักหมื่น กับอีก 1 รายในตลาดหลักทรัพย์.

เข้าถึงได้จาก <https://marketeeronline.co/archives/138860>

Pie Piraya. (2566). เข้าของธุรกิจต้องรู้! การวิเคราะห์ผลกระทบทางธุรกิจด้วยปัจจัยภายนอกโดย

PESTEL analysis. เข้าถึงได้จาก <https://www.oho.chat/blog/pestel>

อริเจต มงคล โสภส. (2567). 5 เรื่องน่ารู้ “ทิศทางเศรษฐกิจไทย 2567” เข้าถึงได้จาก

<https://www.thaipbs.or.th/now/content/646>

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ทำเนียบรัฐบาล. (2567). ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2566 และ

2567. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/77915>

นสพ.กรุงเทพธุรกิจ.(2566). ‘เทรนด์สุขภาพ 2024’ Health & Wealth ป้องกันสุขภาพก่อนเกิดโรค

เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1098002>

สิริกานดา กองโชค นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ. (2566). เทคโนโลยีกับธุรกิจความงาม เข้าถึงได้

จาก <https://www.dtn.go.th/th/file/get/file/.pdf>

ศิริวรรณ วรรณศิริ. (2564). การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจสปาไทยและนวดเพื่อสุขภาพช่วงเวลา

วิกฤตโควิด เข้าถึงได้จาก TP MS.006 2564.pdf(mahidol.ac.th)

Kris Piroj . (2560). 7P คืออะไร? รู้จักกับ Marketing Mix 7Ps เข้าถึงได้

จาก [7P คืออะไร? รู้จักกับ Marketing Mix 7Ps - GreedisGoods](#)

## บรรณานุกรม (ต่อ)

CHOCOC CRM. (2561). Who We Are เข้าถึงได้จาก Who We Are (chococrm.com)

เมดิคอส.(2562). 3 ขั้นตอน ขอใบอนุญาตเปิดร้านนวด เพื่อสุขภาพ เข้าถึงได้จาก

<https://www.thaimedicos.com/blog/3-steps-Massage-service-certificate/>

Thai hand Massage Co., Ltd. (2566). 5 สิ่งที่ต้องรู้ก่อนเปิดร้านนวด ร้านสปา ถูกต้องตามกฎหมาย เข้าถึงได้จาก Thai hand (thaihandmassage.com)

LAWSIAM.com. (2559). พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพพ.ศ. ๒๕๕๕

เข้าถึงได้จาก <https://www.lawsiam.com/?file=Thai-Health-Establishment-Act>

กรุงเทพธุรกิจ. (2567) Wellness - สปาไทย โดดเด่นเรื่อง ขึ้นแท่นอุตสาหกรรมศักยภาพสูง

เข้าถึงได้จาก 'Wellness - สปาไทย' โดดเด่นเรื่อง ขึ้นแท่นอุตสาหกรรมศักยภาพสูง

(bangkokbiznews.com)

งานสัมมนาออนไลน์ ไชรห้สลับ เปิดมุมมองเพื่อปรับตัว เตรียมพร้อมรับมือโอกาสทางธุรกิจด้าน

Smart Wellness โดย SCB SME. (2564) Divana ไช้จโยทยัณวัตรกรรมธุรกิจรับทรนคั

Wellness เข้าถึงได้จาก Divana ไ้จโยทยัณวัตรกรรมธุรกิจรับทรนคั Wellness

(scb.co.th)

วราภรณ์ เทียนเงิน.(2564) เคล็ดลับ ‘ดีวานา’ สปาไทยระดับโลก

เข้าถึงได้จาก เคล็ดลับ ‘ดีวานา’ สปาไทยระดับโลก (posttoday.com)

Thailand Science Park. (2567) ส่องทรนคัณวัตรกรรมสุดซอด พลิกโฉมอุตสาหกรรมความ

งาม เข้าถึงได้จาก ส่องทรนคัณวัตรกรรมสุดซอด พลิกโฉมอุตสาหกรรมความงาม -

Thailand Science Park



ภาคผนวก

สปา มาจากภาษาละติน “Sanus Per Aquam” หมายความว่า การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำซึ่งช่วยให้มีสุขภาพที่ดีและผ่อนคลาย ตามคำนิยามที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป สปา หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบ ในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่

รูป คือ การสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลาย เพิ่มความสดใส สดชื่น ให้กับสถานที่ ด้วยสีเขียวจากต้นไม้ไม้นานาชนิด แต่งแต้มด้วยสีอันสวยๆ ของดอกไม้

รส คือ การกินอาหารสุขภาพถูกสัดส่วนตามที่ร่างกายต้องการ การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรอุ่นๆ เช่น น้ำจิง ชาเขียว ฯลฯ แต่ละแก้วล้วนมีสรรพคุณช่วยขับสารพิษที่ตกค้าง ภายในร่างกายให้สลายออกมา

กลิ่น คือ การใช้กลิ่นหอมบำบัดตามหลักการของอโรมา

เสียงคือ การได้ฟังดนตรีเบาสบายหรือเป็นเสียงเลียนแบบธรรมชาติ อาทิ เสียงน้ำไหล เสียงน้ำหยด เสียงคลื่นลม หรือเสียงนกร้อง

สัมผัส คือ การได้รับสัมผัสที่อ่อนโยน ทะนุถนอม เพื่อบำบัด ร่างกายและจิตใจให้เข้าสู่ภวังค์ นำสู่การผ่อนคลายอย่างลึกซึ้ง

การประกอบธุรกิจสปาในประเทศไทย ตามคำนิยามของประกาศกระทรวงสาธารณสุขตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดรูปแบบของ ธุรกิจสปาไว้ 3 แบบ ดังนี้ 1) กิจการสปาเพื่อสุขภาพ 2) กิจการนวดเพื่อสุขภาพ และ 3) กิจการนวดเสริม ความงาม นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภทของธุรกิจสปาไว้หลายรูปแบบ โดยพิจารณาจากนิยามที่ได้มี การกำหนดไว้ดังนี้

1. องค์กรสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association: ISPA Europe, 2010) ได้แบ่งธุรกิจสปาออกเป็น 7 ประเภท คือ

- 1.1 Destination Spa สถานบริการสปาที่ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพ ด้วยการบริการสปาโดยเฉพาะ สปาประเภทนี้จะมีบริการห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร โดยผู้ใช้บริการจะต้องเข้าพักและร่วมกิจกรรมภายใต้โปรแกรมที่สถานบริการจัดเตรียมไว้

- 1.2 สถานบริการสปาในรีสอร์ทหรือโรงแรม Resort/Hotel Spa ซึ่งตั้งอยู่ในสถานที่พักตากอากาศที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ

- 1.3 Day Spa/City Spa สถานบริการสปาที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยาก สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่จำเป็นต้อง

เข้าพัก ที่ตั้งของสปาประเภทนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองใหญ่ หรือ ย่านธุรกิจสำคัญๆ ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย เน้นการให้บริการนวดเสริมความงาม และการผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยน้ำมันหอมระเหย สปาประเภทนี้ได้รับความนิยมมากในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีเวลาน้อย หรือผู้ที่ทำงานในเมือง

- 1.4 Medical Spa สถานบริการสปาที่มีการบำบัดรักษาควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์ และใช้เครื่องมือแพทย์บางอย่าง อยู่ภายใต้การดูแลของบุคลากรทางการแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ มักอยู่ในสถานรักษาพยาบาล เช่น โรงพยาบาล คลินิก เป็นต้น
- 1.5 Mineral Spring Spa การให้บริการสปาตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นบ่อน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ
- 1.6 Club Spa สถานบริการสปาที่มีการผสมผสานกับการออกกำลังกาย เพื่อบริการสมาชิกที่ต้องการผ่อนคลายหลังจากออกกำลังกาย.

Cruise Ship Spa สถานบริการสปาบนเรือสำราญผสมผสานกับการออกกำลังกาย และการจัดเตรียมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสุขสบายและรู้สึกผ่อนคลายในระหว่างการเดินทาง













วิทยาลัยพ...



บริษัท คังเซน-เคนโก อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด  
หลักสูตร Beauty Zen The Master Class  
ล้างพิษกล่อมเนื้อหน้า เปิดประตูสู่ความอ่อนเยาว์  
วันที่ 23 มีนาคม 2567  
ณ อาคารคังเซนเพลส สำนักงานใหญ่ กรุงเทพฯ