

แผนธุรกิจ
Chakra oasis สถานบริการสปาและออนเซ็น



ไอย์วริญญ์ ผลเจริญ

วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ Chakra Oasis สถานบริการสปาและออนเซ็น

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2568

นางสาวไอล์วิญญ์ ผลเจริญ
ผู้วิจัย

ศรียุทธ พรหมศิริ,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ชนพล วีราสา,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ปรารธนา ปุณณกิติเกษม,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

สาวตรี สันติพิริยพร,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง Chakra oasis สถานบริการสปาและออนเซ็นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจของ Chakra Oasis ธุรกิจสปาเฉพาะบุคคลที่เน้นการบำบัดด้วยศาสตร์จักระทั้ง 7 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมในประเทศไทย ซึ่งกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องในยุคที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพกายและจิตใจ

ด้วยความท้าทายของการสร้างความตระหนักและการยอมรับในบริการบำบัดด้วยจักระ ซึ่งยังเป็นแนวคิดใหม่ในตลาด การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและน่าประทับใจให้กับลูกค้า จะเป็นกุญแจสำคัญที่นำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จในอนาคต

ผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณอย่างสูงต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษาทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.ศรัยยุทธ พรหมศิริ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาและแนะแนวตลอดจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบพระคุณอย่างสุดซึ้งต่อสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นแรงบันดาลใจ รวมถึงกำลังใจที่สำคัญตลอดมา ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่มอบความรู้และคำแนะนำอันมีค่าในระหว่างการศึกษา ณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบัน ธุรกิจสปาและการบำบัดสุขภาพเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองและเศรษฐกิจเจริญ เช่น กรุงเทพฯ จึงเป็นโอกาสของ Chakra Oasis spa and onsen ในการเติมเต็มช่องว่างของตลาดการบำบัดแบบองค์รวม ผสมผสานการฟื้นฟูพลังงานผ่านศาสตร์จักระ และการแช่ออนเซ็น เน้นการสร้างประสบการณ์ที่มากกว่าการบำบัดทั่วไป กลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้หญิงวัยทำงานที่มีรายได้สูงในพื้นที่กรุงเทพฯ โดยเฉพาะย่านรามคำแหง-ลาดกระบัง

ด้วยเหตุนี้จึงได้ก่อตั้ง Chakra Oasis spa and onsen เพื่อให้บริการที่เน้นการฟื้นฟูทั้งกาย และใจผ่านศาสตร์จักระ ได้แก่ การแช่ออนเซ็น การนวดน้ำมันหอมระเหยเฉพาะบุคคล การบำบัดด้วยเสียงและคริสตัล เสริมด้วยเทคโนโลยี Bio-Well สำหรับการวิเคราะห์พลังงาน พร้อมตกแต่งสถานที่ในสไตล์มินิมอลและเน้นวัสดุธรรมชาติ สร้างบรรยากาศอบอุ่นและผ่อนคลาย พร้อมทั้งนำเทคโนโลยีการจองออนไลน์และระบบ CRM มาช่วยในการบริหารและติดตามลูกค้า

ธุรกิจนี้ต้องการเงินลงทุนรวม 3,000,000 บาท ซึ่งเป็นเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นทั้งหมด ระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 4 ปี โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 570,300 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) อยู่ที่ 24 % เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผน จะมีการจัดการด้านเงินทุนหมุนเวียน แผนการตลาด และการบริการอย่างรอบคอบ โดยเน้นคุณภาพการบริการและการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า พร้อมรองรับการเติบโตในอนาคต

ไอย์วิญญู ผลเจริญ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
บทที่ 2 รายละเอียดของธุรกิจ	4
2.1 ภาพรวมของกิจการ	4
2.2 แบบจำลองทางธุรกิจ	9
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม	13
3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	13
3.1.1 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไป (PESTEL)	13
3.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวกับงาน (FIVE FORCES)	16
3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	19
3.3 การวิเคราะห์ SWOT	20
บทที่ 4 การวิจัยทางการตลาดและแผนการตลาด	23
4.1 การวิจัยทางการตลาด	23
4.1.1 การวิเคราะห์คู่แข่งขั้นทางการตลาดของธุรกิจสปาด้วยใช้ ศาสตร์จักรกระบำปัดร่วม (Competition Analysis)	23
4.1.2 Consumer Research	23
4.2 แผนการตลาด	35
4.2.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย STP	35
4.2.2 การวางตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์และการบริการ	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2.3 ส่วนประสมทางการตลาด	38
4.2.4 Business Strategy	48
4.2.5 Marketing Strategy	49
4.2.6 งบประมาณการตลาด	54
บทที่ 5 แผนการดำเนินงาน	55
5.1 แผนดำเนินการในช่วงการจัดตั้งกิจการ	55
5.2 ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า	58
5.2.1 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ	58
5.2.2 ขั้นตอนการเก็บข้อมูลผู้ป่วย	58
5.2.3 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่ผู้ป่วยทำการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ	58
5.2.4 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนที่มี workshop sound bath จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์จักระ	59
5.2.5 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่บำบัด workshop sound bath จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์จักระ	59
5.3 มาตรการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลในการให้บริการ Sound Bath Group Session	59
5.4 จุดวิกฤติของกระบวนการให้บริการ (Critical Point)	60
5.5 มาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย	60
5.6 สถานที่และแผนผัง	61
5.7 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนธุรกิจ	64
5.8 วัตถุประสงค์การจัดการทรัพยากรบุคคล	64
5.9 การจัดหาบุคลากร	65
5.10 การคัดเลือกบุคลากร	65
5.11 แผนฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากร	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.12 ทรัพยากรบุคลากร	66
5.13 ทรัพยากรสำหรับดำเนินการและบริหาร	68
บทที่ 6 แผนการจัดการ	70
6.1 โครงสร้างความเป็นเจ้าของ	70
6.2 โครงสร้างองค์กร	70
6.3 โครงสร้างเงินเดือน	71
บทที่ 7 แผนการเงิน	73
7.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน	73
7.2 เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ	74
7.3 เงินลงทุนเริ่มต้น	75
7.4 สมมติฐานทางการเงินและการบัญชีสำหรับ Chakra Oasis	75
7.5 การประมาณการความน่าสนใจในการลงทุน	80
7.6 งบการเงิน	81
7.7 อัตราส่วนทางการเงิน	82
บทที่ 8 แผนความเสี่ยงและแผนการรับมือ	83
8.1 วิเคราะห์และระบุความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก	83
8.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง	83
8.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ	83
8.1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม	83
8.1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี	83
8.2 วิเคราะห์และระบุความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน	84
8.2.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
8.2.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน	84
8.2.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน	84
8.2.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ	85
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	90
ภาคผนวก ก	91
คำถามวิจัย	92



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงรายการด้านบริการของ Chakra Oasis	41
4.2	แผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณทางการตลาด	54
5.1	แสดงรายการเครื่องมือทางการบำบัดและอุปกรณ์สำนักงาน	68
6.1	แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น	70
6.2	แสดงอัตราการจัดงานทรัพยากรบุคคล	71
7.1	ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	74
7.2	ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	75
7.3	ตารางรายการการบริการ	77
7.4	ตารางปริมาณการยอดขาย	77
7.5	ตารางปริมาณการใช้จ่ายรายเดือน ต่อปี	79
7.6	ประมาณการงบดุล	81
7.7	ประมาณงบงบกำไรขาดทุน	81
7.8	อัตราส่วนทางการเงิน	82

สารบัญภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 ภาพแสดงตราโลโก้	4
2.2 ภาพแสดงแผนที่ในปัจจุบัน	4
2.3 แสดงแผนที่ตั้งภายนอกตัวอาคาร	5
2.4 ภาพแสดงแผนที่ในปัจจุบัน	5
2.5 ภาพ Business Model Canvas	9
4.1 แผนภูมิที่ 1	24
4.2 แผนภูมิที่ 2	25
4.3 แผนภูมิที่ 3	25
4.4 แผนภูมิที่ 4	26
4.5 แผนภูมิที่ 5	27
4.6 แผนภูมิที่ 6	28
4.7 แผนภูมิที่ 7	29
4.8 แผนภูมิที่ 8	30
4.9 แผนภูมิที่ 9	31
4.10 แผนภูมิที่ 10	32
4.11 แผนภูมิที่ 11	33
4.12 ความคิดเห็นจากลูกค้า	33
4.13 ความคิดเห็นจากลูกค้า	34
4.14 แสดง Perceptual Map	37
4.15 ภาพแสดงโครงการในปัจจุบัน	39
4.16 ภาพแสดงที่จอดรถในปัจจุบัน	39
4.17 แผนภูมิที่ 8	40
4.18 ภาพแสดงแผนที่ในปัจจุบัน	40
4.19 ห้องแผนกต้อนรับ	45

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า
4.20 ห้องบำบัด Sound Bath	45
4.21 ห้องออนเซ็นและห้องนวดส่วนตัว	46
4.22 ห้องนวดตัว, นวดฝ่าเท้า, นวดเท้า	46
4.23 ห้องพักผ่อน	47
4.24 ภาพตัวอย่างโพสต์ Facebook	50
4.25 ภาพตัวอย่างโพสต์ Facebook	50
4.26 ภาพโปรไฟล์ Line Official	51
4.27 ภาพตัวอย่างการรีวิวจากลูกค้า	52
4.28 ภาพตัวอย่างการลง Blog post	53
4.29 แผนการดำเนินงานทางการตลาดและงบประมาณทางการตลาด	54
5.1 แสดงแผนที่ตั้งโครงการ เวิร์กช็อป ชอปปิง	55
5.2 แสดงแผนที่ตั้งภายนอกตัวอาคาร	56
5.3 แสดงพื้นที่จอดรถของโครงการ	56
5.4 แสดงแผนที่ตั้งภายนอกตัวอาคาร	57
5.5 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนที่ลูกค้าจะทำการบำบัด	58
5.6 ขั้นตอนการเก็บข้อมูลผู้ป่วย	58
5.7 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่ผู้ป่วยทำการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ	58
5.8 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนที่มี workshop sound bath	
จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์จักระ	59
5.9 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่บำบัด workshop sound bath	
จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตร์จักระ	59
5.10 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 1	61
5.11 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 2	62
5.12 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 3	63
5.13 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 4	64
6.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของคลินิกกายภาพบำบัด Chakra Oasis	71

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การบำบัดด้วยจักระเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการปรับสมดุลพลังงานในร่างกายผ่านศูนย์พลังงานหลัก 7 จุด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสุขภาพกายและจิตใจ งานวิจัยหลายชิ้นสนับสนุนแนวคิดนี้ โดยพบว่าการปรับสมดุลจักระสามารถส่งเสริมสุขภาพโดยรวมได้ ตัวอย่างเช่น การศึกษาที่ระบุว่า การรักษจักระเป็นวิธีการรับรู้พลังงานและการรักษาแบบแอคทีฟ ซึ่งช่วยฟื้นฟูความมีชีวิตชีวาให้กับร่างกาย

การวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าจักระแต่ละจุดในร่างกายมีความเกี่ยวข้องกับระบบต่าง ๆ เช่น ระบบประสาท ต่อมไร้ท่อ และอวัยวะสำคัญ หากจักระใดทำงานไม่สมดุล อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและจิตใจ การปรับสมดุลจักระจึงเป็นการส่งเสริมการทำงานที่เหมาะสมของระบบเหล่านี้

นอกจากนี้ การวิจัยที่เผยแพร่ใน *International Journal of Yoga* ระบุว่า การฝึกโยคะที่มุ่งเน้นการเปิดและปรับสมดุลจักระช่วยเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดีทั้งทางร่างกายและจิตใจ

การบำบัดด้วยจักระยังถูกนำมาใช้ในการดูแลสุขภาพจิต โดยมีเทคนิคที่ช่วยปรับสมดุลพลังงานในร่างกาย ซึ่งส่งผลดีต่อสุขภาพจิตและอารมณ์ การฝึกสมาธิที่เน้นการปรับสมดุลจักระสามารถช่วยลดความเครียดและเพิ่มความสงบภายในจิตใจ

จากหลักฐานเหล่านี้ การบำบัดด้วยจักระจึงเป็นวิธีการที่มีพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ในการส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจ การนำแนวทางนี้มาใช้ในผลิตภัณฑ์และบริการของ Chakra Oasis spa and onsen จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพในการดูแลสุขภาพของลูกค้า

ในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือ Wellness Tourism คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดถึง 8 พันล้านบาทในปี 2567 เพิ่มขึ้นจากประมาณ 5 พันล้านบาทในปี 2562 การเติบโตของตลาดนี้เกิดจากความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการป้องกันและฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ บริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนวดแผนไทยและสมุนไพร ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก นอกจากนี้ รัฐบาลยัง

ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจด้านนี้อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการระเบียบเศรษฐกิจเขตแดนอันดามัน ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเติบโตของตลาดและภาคการท่องเที่ยวโดยรวม

อุตสาหกรรมการบำบัดด้วยพลังงานจักระในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างชัดเจนในช่วงห้าปีที่ผ่านมา โดยเน้นการปรับสมดุลพลังงานจักระ ซึ่งมีอัตราการเติบโตมากกว่า 30% ในช่วงเวลาดังกล่าว ความต้องการบริการบำบัดด้วยพลังงานจักระเพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้คนหันมาสนใจดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ยังมีการเปิดศูนย์บำบัดใหม่ ๆ ทั่วประเทศ เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าที่ต้องการฟื้นฟูสุขภาพและลดความเครียดจากการทำงาน

นอกจากนี้ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยยังคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 15-20% ในช่วงห้าปีข้างหน้า โดยมีการพัฒนาบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ สถิติการเติบโตนี้สะท้อนให้เห็นว่า การบำบัดด้วยพลังงานจักระสามารถเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการฟื้นฟูสุขภาพในรูปแบบที่แตกต่างจากการบำบัดทั่วไป

ในปัจจุบัน คนไทยประสบปัญหาความเครียดและสุขภาพจิตมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานอายุ 35-45 ปี ซึ่งมีความเสี่ยงสูงต่อภาวะซึมเศร้าและความเครียดจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ข้อมูลจากกรมสุขภาพจิตและแหล่งอื่น ๆ ระบุว่าในช่วงไตรมาสแรกของปี 2567 อัตราผู้ที่มีความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้าในประเทศไทยสูงขึ้นเป็น 8.9% จากเดิม 8.4% ในปีก่อนหน้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของปัญหาสุขภาพจิตในประเทศ

การเติบโตของภาวะซึมเศร้าและความเครียดนี้ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำงานและคุณภาพชีวิตของผู้คน ทำให้การบำบัดด้วยพลังงานจักระกลายเป็นหนึ่งในแนวทางที่ได้รับความนิยมมากขึ้น การปรับสมดุลพลังงานผ่านจักระถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถช่วยลดความเครียดและฟื้นฟูสุขภาพจิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดพลังงานในประเทศไทย

จากประสบการณ์ส่วนตัว ผู้ทำวิจัยมีโอกาสได้สัมผัสกับการบำบัดพลังงานจักระด้วยตัวเอง และพบว่าการบำบัดนี้ช่วยลดความเครียดและฟื้นฟูสมดุลของร่างกายและจิตใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้สึที่ผ่อนคลายและการเปลี่ยนแปลงในด้านพลังงานของตัวเองทำให้เกิดความสนใจในศาสตร์นี้มากขึ้น

ด้วยความประทับใจจากผลลัพธ์ดังกล่าว ประกอบกับการตระหนักถึงปัญหาความเครียดและสุขภาพจิตที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มคนไทย โดยเฉพาะวัยทำงานที่ต้องเผชิญกับความกดดัน

ในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสในการนำศาสตร์การบำบัดพลังงานจักรมาสร้างเป็นธุรกิจ Chakra Oasis spa and onsen ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านสุขภาพแบบองค์รวม

Chakra Oasis spa and onsen ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงแค่การบำบัดพลังงานจักระ แต่ยังเป็นสถานที่ที่รวมการดูแลสุขภาพแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มองหาสมดุลในชีวิต ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ โดยหวังว่าการบำบัดรูปแบบนี้จะสามารถช่วยให้ผู้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว



บทที่ 2

รายละเอียดของธุรกิจ

2.1 ภาพรวมของกิจการ

1. ชื่อบริษัท

จักระ โอเอซิส สปา แอนด์ ออนเซ็น (Chakra Oasis Spa and Onsen)



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงตราโลโก้

2. สถานที่ตั้ง:

The เวิร์ด ซอยมัสทีน รามคำแหง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงแผนที่ในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.3 แสดงแผนที่ตั้งภายนอกตัวอาคาร



ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงโครงการในปัจจุบัน

3. วิสัยทัศน์:

มุ่งมั่นเป็นศูนย์กลางการบำบัดสุขภาพแบบองค์รวมชั้นนำในประเทศไทย ผสมผสานศาสตร์จักระและเทคโนโลยีทันสมัย เพื่อสร้างความสมดุลของพลังงานกายและใจ พร้อมยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

4. พันธกิจ:

- สร้างประสบการณ์การบำบัดที่เป็นส่วนตัว
- ใส่ใจในทุกรายละเอียดของการบริการ
- รักษามาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย

5. แนวคิดธุรกิจ

ธุรกิจมุ่งเน้นการบำบัดและฟื้นฟูร่างกายและจิตใจผ่านการใช้ศาสตร์จักระ ซึ่งเป็นแนวคิดการรักษาด้วยพลังงานที่มีต้นกำเนิดมาจากโยคะและการแพทย์ทางเลือก โดยเรานำศาสตร์นี้มาผสมผสานกับการบำบัดแบบองค์รวม ไม่ว่าจะเป็นการเชอออนเซ็น การนวดไทย การใช้คริสตัล และการบำบัดด้วยเสียง เพื่อให้ลูกค้าสามารถฟื้นฟูสมดุลทางกายและจิตใจได้อย่างเต็มที่

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจะได้รับการตรวจและวิเคราะห์สถานะของจักระผ่านเครื่อง Bio-Well ซึ่งสามารถตรวจจับพลังงานในร่างกายเพื่อบอกถึงความสมดุลหรือปัญหาในแต่ละจักระ เช่น หากลูกค้ามีปัญหาในจักระรูท (Root Chakra) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความมั่นคงและความปลอดภัยทางจิตใจ การบำบัดและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จะถูกปรับให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะ หลังจากการตรวจสอบจักระ ลูกค้าจะได้รับคำแนะนำในการบำบัดที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งรวมถึง:

- การเชอออนเซ็น: น้ำที่ผสมผงแร่ธาตุและสมุนไพรและกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหยจะถูกปรับให้เหมาะสมกับจักระที่ต้องการฟื้นฟู ตัวอย่างเช่น หากจักระรูทมีปัญหา กลิ่นหอมที่ใช้จะมาจากน้ำมันหอมระเหยที่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งและความมั่นคง เช่น กลิ่นไม้จันทน์หอม (Sandalwood)
- การนวดไทยและการใช้น้ำมันหอมระเหย: เราจะไม่เลือกใช้น้ำมันหอมระเหยที่สอดคล้องกับจักระที่ต้องการบำบัด โดยการนวดจะช่วยกระตุ้นการไหลเวียนพลังงานในร่างกายและช่วยปรับสมดุลพลังงานภายใน
- การบำบัดด้วยคริสตัล: คริสตัลที่มีพลังเฉพาะสำหรับจักระต่างๆ จะถูกวางบนจุดที่เกี่ยวข้องในร่างกาย เช่น การใช้คริสตัล
- การบำบัดด้วยเสียง: การใช้เสียงคริสตัลโบวล์ที่มีความถี่เฉพาะเจาะจงจะถูกเล่นขณะนวดหรือทำการบำบัด เช่น การใช้เสียงที่มีความถี่ต่ำเพื่อช่วยกระตุ้นจักระรูท ช่วยสร้างความรู้สึกมั่นคงและผ่อนคลาย

ธุรกิจนี้ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ แต่ยังนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเสริมสร้างความสะดวกสบายในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการเก็บข้อมูลลูกค้า การจัดการส

ต้อกลินค้า และการประมวลผลข้อมูลการบำบัดอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บริการมีประสิทธิภาพและเกิดความคล่องตัวสูงสุด

เราใช้ระบบ **CRM (Customer Relationship Management)** ซึ่งจะช่วยเก็บข้อมูลรายละเอียดของลูกค้า เช่น ข้อมูลการตรวจรักษา ผลการบำบัดในแต่ละครั้ง ความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงประวัติการใช้บริการทั้งหมด ข้อมูลนี้จะถูกจัดเก็บในฐานข้อมูลที่มีความปลอดภัยสูง เพื่อให้สามารถติดตามและปรับปรุงการบริการได้อย่างต่อเนื่อง

การจัดการสต็อกน้ำมันหอมระเหย ผงแร่ออนเซ็น คริสตัล และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบำบัดสามารถทำได้ง่ายขึ้นด้วยการใช้ ระบบบริหารจัดการสต็อก (**Inventory Management System**) โดยโปรแกรมนี้จะติดตามปริมาณสินค้าคงคลังในแต่ละวัน แจ้งเตือนเมื่อสินค้าบางอย่างกำลังจะหมดสต็อก และช่วยในการวางแผนการสั่งซื้อได้ล่วงหน้า

การเพิ่ม ระบบจองบริการออนไลน์ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกและจองเวลาบำบัดที่สะดวกได้ทันที ผ่าน **Line official** การจองบริการออนไลน์จะทำให้การบริหารจัดการเวลาของธุรกิจง่ายขึ้น ลดการจัดคิวซ้อน และช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

6. เป้าประสงค์

เป้าหมายระยะสั้น (0-1 ปี)

- ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายหลักคือการสร้างการรับรู้ถึงบริการบำบัดรักษาของเราในตลาด การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้จักผ่านช่องทางออนไลน์และการจัดเวิร์กช็อปที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดรักษา เช่น การจัดเวิร์กช็อปโยคะ นวด และการตรวจสอบรักษาด้วย Bio-Well เพื่อแสดงให้เห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของการบำบัดนี้
- บรรลุการขายบริการได้อย่างน้อย 50-70 ต่อเดือน รายภายในปีแรก และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผ่านบริการที่มีคุณภาพและการปรับแต่งการบำบัดตามความต้องการเฉพาะของลูกค้า

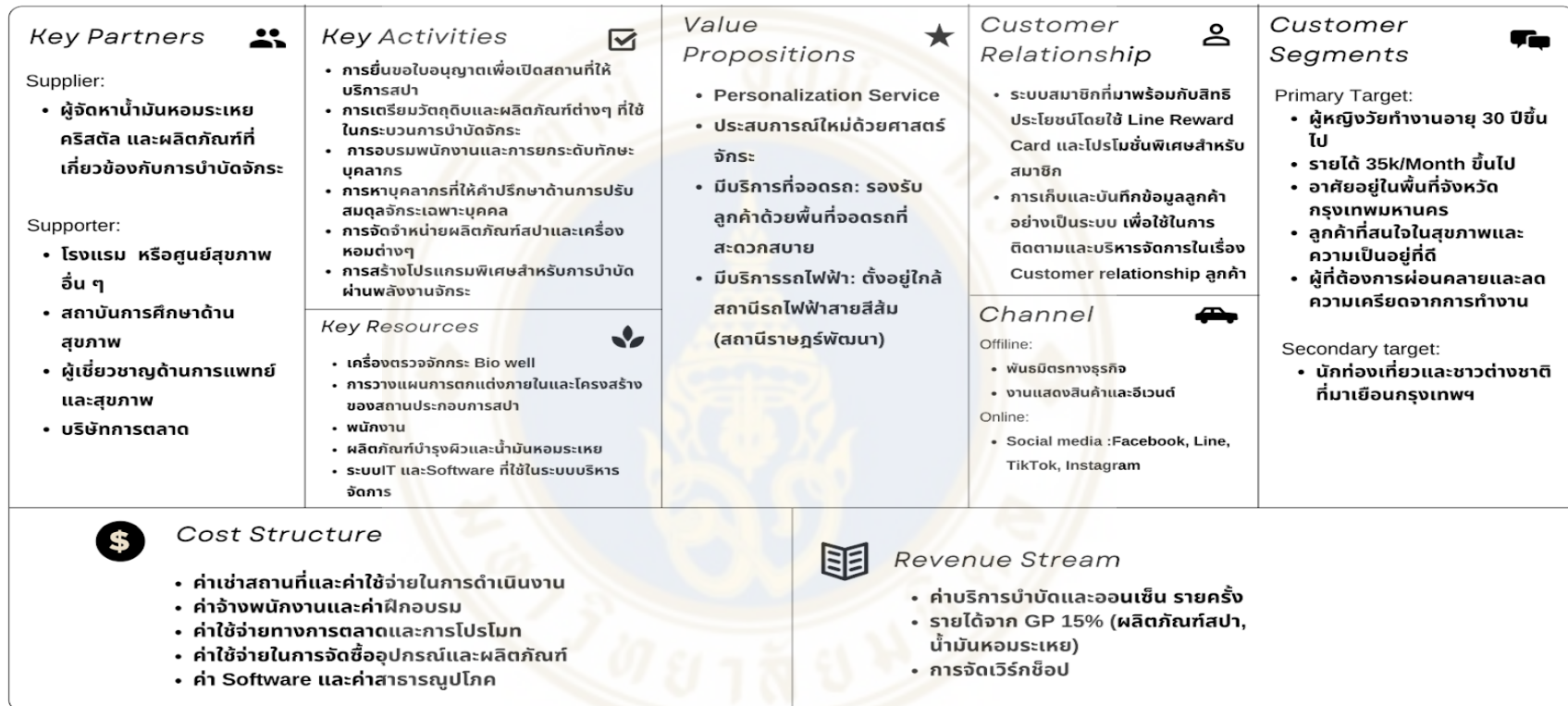
เป้าหมายระยะกลาง (1-3 ปี)

- มุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มบริการใหม่ เช่น บริการการวิเคราะห์จักรที่เจาะลึกมากขึ้น บริการแช่ออนเซ็นเฉพาะบุคคลที่ออกแบบให้เหมาะสมกับจักรของลูกค้า และการบำบัดด้วยคริสตัลที่เพิ่มความเฉพาะเจาะจง

- สร้างแฟ้มเอกสารบำบัดที่หลากหลาย เช่น แฟ้มเอกสารบำบัดจักระแบบต่อเนื่อง 3 เดือน หรือแฟ้มเอกสารรวมการบำบัดทั้ง 7 จักระ เพื่อให้บริการมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของลูกค้า
- เริ่มให้บริการสำหรับกลุ่มองค์กรหรือบริษัท ที่ต้องการการฟื้นฟูพนักงานด้วยการบำบัดพลังงานผ่านศาสตร์จักระ เช่น การจัดเวิร์กช็อปบำบัดเพื่อการผ่อนคลายและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในองค์กร

เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปีขึ้นไป)

- เปิดสาขาใหม่ในกรุงเทพฯ หรือเมืองใหญ่ที่มีศักยภาพในการเติบโตทางการตลาด เช่น เชียงใหม่ หรือภูเก็ต หรือขยายธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์
- พัฒนาศูนย์บำบัดจักระครบวงจรที่รวมบริการหลากหลาย เช่น โยคะ นวด ออเนชั่น การบำบัดด้วยคริสตัลและเสียง รวมถึงการตรวจวิเคราะห์พลังงาน โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้บริการลูกค้าอย่างเต็มรูปแบบ
- ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญและสถาบันวิจัยต่างๆ เพื่อพัฒนาวิธีการบำบัดจักระและศาสตร์พลังงานให้ก้าวหน้าและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมเพื่อสร้างผู้เชี่ยวชาญด้านการบำบัดจักระรุ่นใหม่



ภาพที่ 2.5 ภาพ Business Model Canvas

Key Partners

Supplier:

- ผู้จัดหาน้ำมันหอมระเหย คริสตัล และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดจักระ

Supporter:

- โรงแรม หรือศูนย์สุขภาพอื่น ๆ
- สถาบันการศึกษาด้านสุขภาพ
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์และสุขภาพ
- บริษัทการตลาด

Key Activities

- การยื่นขอใบอนุญาตเพื่อเปิดสถานที่ให้บริการสปา
- การเตรียมวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการบำบัดจักระ
- การอบรมพนักงานและการยกระดับทักษะบุคลากร
- การหาบุคลากรที่ให้คำปรึกษาด้านการปรับสมดุลจักระเฉพาะบุคคล
- การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาและเครื่องหอมต่างๆ
- การสร้างโปรแกรมพิเศษสำหรับการบำบัดผ่านพลังงานจักระ

Key Resources

- เครื่องตรวจจักระ Bio well
- การวางแผนการตกแต่งภายในและโครงสร้างของสถานประกอบการสปา
- พนักงาน
- ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและน้ำมันหอมระเหย
- ระบบIT และSoftware ที่ใช้ในระบบบริหารจัดการ

Value Propositions

- Personalization Service
- ประสบการณ์ใหม่ด้วยศาสตร์จักระ
- มีบริการที่จอดรถ: รองรับลูกค้าด้วยพื้นที่จอดรถที่สะดวกสบาย
- มีบริการรถไฟฟ้า: ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีส้ม (สถานีราษฎร์พัฒนา)

Customer Relationship

- ระบบสมาชิกที่มาพร้อมกับสิทธิประโยชน์โดยใช้ Line Reward Card และโปรโมชั่นพิเศษสำหรับสมาชิก
- การเก็บและบันทึกข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ในการติดตามและบริหารจัดการในเรื่อง Customer relationship ลูกค้า

Channel

Offline:

- พันธมิตรทางธุรกิจ
- งานแสดงสินค้าและอีเวนต์

Online:

Social media : Facebook, Line, TikTok, Instagram

Customer Segments

Primary Target:

- ผู้หญิงวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไป
- รายได้ 35k/Month ขึ้นไป
- อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร
- ลูกค้าที่สนใจในสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
- ผู้ที่ต้องการผ่อนคลายและลดความเครียดจากการทำงาน

Secondary target:

นักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติที่มาเยือนกรุงเทพฯ

Cost Structure

- ค่าเช่าสถานที่และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- ค่าจ้างพนักงานและค่าฝึกอบรม
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและการโปรโมท
- ค่าใช้จ่ายในการจัดซื้ออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์
- ค่า Software และค่าสาธารณูปโภค

Revenue Stream

- ค่าบริการบำบัดและออนเซ็นรายครั้ง
- รายได้จาก GP 15% (น้ำมันหอมระเหย)
- การจัดเวิร์กช็อป Sound bath group session



บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

3.1.1 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไป (PESTEL)

ปัจจัยทางการเมือง (Political Factors)

ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจมีความสำคัญอย่างมากในด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่ประเทศไทยเผชิญอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางการเมืองสูง รัฐบาลได้ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากยิ่งขึ้น ผ่านการเปิดตลาดและการลดหย่อนภาษีบางประเภทสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นสมาชิกขององค์การอาเซียน (ASEAN) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสทางการลงทุนในภูมิภาค อย่างไรก็ตาม การทุจริตและคอร์รัปชันยังคงเป็นปัญหาที่ประเทศไทยต้องเผชิญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระดับต่างๆ

สำหรับ Chakra Oasis ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบำบัดและสุขภาพ การสนับสนุนจากรัฐบาลเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้มากขึ้น แต่ความท้าทายทางการเมือง เช่น ความไม่แน่นอนในค่านโยบายของรัฐบาลเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องจับตา

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors)

สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2567 มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจ Chakra Oasis ที่เน้นด้านสุขภาพและการบำบัดพลังงาน เนื่องจากมีแนวโน้มการเติบโตของการใช้จ่ายในด้านสุขภาพและการดูแลตัวเองในกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูง หลังจากวิกฤตโควิด-19 ผู้บริโภคมีความสนใจในเรื่องสุขภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การใช้จ่ายในด้านนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลางถึงสูงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ Chakra Oasis

อัตราเงินเฟ้อและการเติบโตของ GDP ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ 3-4% ในปีนี้ มีผลต่อค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค นอกจากนี้ อัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น อาจส่งผลให้ผู้บริโภคบางส่วนระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความต้องการบริการที่เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Wellness) ยังคงเป็นที่ต้องการสูง ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องยังคงมีโอกาสดเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ธุรกิจ Chakra Oasis ควรให้ความสำคัญกับการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ยินดีจ่ายเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในสภาพเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ปัจจัยทางสังคม (Social Factors)

ในปี 2567 สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านสุขภาพและการบำบัด เช่น Chakra Oasis โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการด้านการดูแลสุขภาพและการฟื้นฟูร่างกายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ความตระหนักในด้านสุขภาพของคนไทยก็สูงขึ้นหลังวิกฤตโควิด-19 ผู้บริโภคหันมาใส่ใจการดูแลสุขภาพจิตและร่างกายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย การทานอาหารที่มีประโยชน์ หรือการใช้บริการบำบัดแบบองค์รวม เช่น การบำบัดด้วยจักระ

แนวโน้มดังกล่าวทำให้ Chakra Oasis สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการบริการ นอกจากนี้การผสมผสานศาสตร์โบราณกับการดูแลสุขภาพแบบสมัยใหม่ยังช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับบริการ ทั้งนี้การให้บริการที่เน้นการฟื้นฟูพลังงานผ่านการบำบัดจักระ จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในวิถีธรรมชาติและดูแลสุขภาพแบบองค์รวมได้อย่างดี

ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological Factors)

ในปี 2567 การใช้เทคโนโลยีในการจัดการข้อมูลลูกค้า เช่น ระบบ CRM ที่สามารถเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการและความต้องการของลูกค้า ยังช่วยให้ Chakra Oasis สามารถปรับบริการให้ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคลได้มากขึ้น

เทคโนโลยียังช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย การสตรีมสดคลาสโยคะหรือการบำบัด และการสร้างคอมมูนิตี้ออนไลน์

ที่เน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับสุขภาพและการบำบัดจักระ ซึ่งจะช่วยเพิ่มการรับรู้และสร้างความผูกพันระหว่างลูกค้าและแบรนด์

ในภาพรวม เทคโนโลยีไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความสำเร็จในอุตสาหกรรมสุขภาพที่มีการแข่งขันสูง

ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors)

ความตระหนักในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยเฉพาะในปี 2567 ผลสำรวจพบว่า 30% ของประชาชนไทยมองว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นหนึ่งในข้อกังวลหลัก ขณะที่ 74% ของคนไทยเชื่อว่าสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึงการเพิ่มความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

ธุรกิจสปาสามารถใช้โอกาสนี้ในการพัฒนาแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ การบริหารจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการใช้พลาสติก นอกจากนี้ธุรกิจยังสามารถใช้เทคโนโลยีที่ช่วยลดการปล่อยมลพิษและลดการใช้พลังงานเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มองหาบริการที่ไม่เพียงแต่ฟื้นฟูสุขภาพ แต่ยังรักษาธรรมชาติด้วยการสร้างแนวทางที่ยั่งยืนจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือและความน่าสนใจในตลาดที่มีการใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ปัจจัยทางกฎหมาย (Legal Factors)

เนื่องจากธุรกิจด้านสปาและการบำบัดในประเทศไทยอยู่ภายใต้กฎระเบียบที่เข้มงวดซึ่งกำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข กฎหมายเหล่านี้ครอบคลุมถึงมาตรฐานด้านความปลอดภัยและการให้บริการ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจต้องมีการจดทะเบียนและขออนุญาตให้บริการสปา ซึ่งจะต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการสปาที่ถูกต้องตามกฎหมาย และมีการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านความสะอาด สุขอนามัย และความปลอดภัยของสถานประกอบการ เช่น การมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลและการป้องกันอุบัติเหตุภายในสถานที่ให้บริการ

นอกจากนี้ การโฆษณาสินค้าและบริการก็ต้องระมัดระวังในเรื่องการไม่โฆษณาเกินเกี่ยวกับบริการสุขภาพ เพื่อไม่ให้เข้าใจผิดว่ามีการรักษาหรือใช้ยาที่ไม่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย การดำเนินธุรกิจเช่นนี้จำเป็นต้องมีความโปร่งใสในการสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภค รวมถึงต้องมีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและการจ้างงาน เช่น ใบอนุญาตทำงานของพนักงานที่เป็นชาวต่างชาติ และการรักษามาตรฐานการทำงานของพนักงานในระดับที่กระทรวงกำหนด

3.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวกับงาน (FIVE FORCES)

อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

- ลูกค้ามีทางเลือกในการใช้บริการสปาและนวดที่หลากหลาย
- ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาและรีวิวบริการได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์
- แต่ด้วยความเป็นเอกลักษณ์ของการผสมผสานจักระและออนเซ็น ทำให้มีคู่แข่งน้อย
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าราคา
- มีการสร้างความแตกต่างด้วยเทคโนโลยี Bio-Well ที่ช่วยลดอำนาจต่อรองของลูกค้า

อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

- ต้องพึ่งพาผู้จำหน่ายน้ำมันหอมระเหย คริสตัล และอุปกรณ์เฉพาะทาง
- มีผู้ผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบหลายราย ทำให้มีทางเลือกในการสั่งซื้อ
- ต้องการผู้เชี่ยวชาญด้านจักระที่มีจำนวนจำกัดในตลาด
- สามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับซัพพลายเออร์หลักได้
- มีการวางแผนสำรองวัตถุดิบและการหาแหล่งผู้ผลิตสำรอง

การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

- ธุรกิจสปามีการแข่งขันสูงในกรุงเทพฯ
- แต่การบำบัดด้วยจักระและออนเซ็นยังมีคู่แข่งน้อย
- การแข่งขันส่วนใหญ่เน้นที่ราคาและโปรโมชั่น
- เรามีจุดแข็งด้านนวัตกรรมและการบริการเฉพาะบุคคล
- มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์และคุณภาพมากกว่าการแข่งขันด้านราคา

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

- มีบริการทดแทนหลายรูปแบบ เช่น นวดทั่วไป โยคะ ฟิตเนส
- ผู้บริโภคอาจเลือกวิธีดูแลสุขภาพด้วยตนเองที่บ้าน

- มีแอปพลิเคชันและอุปกรณ์สำหรับการผ่อนคลายด้วยตนเอง
- แต่ประสบการณ์การบำบัดแบบครบวงจรยากที่จะทดแทนได้
- เน้นการสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่แตกต่างเพื่อลดผลกระทบ

ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

- มีกำแพงการเข้าสู่ธุรกิจไม่สูงมากในด้านเงินลงทุน
- ต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและใบอนุญาตที่เกี่ยวข้อง
- การสร้างแบรนด์และฐานลูกค้าต้องใช้เวลา
- เทคโนโลยีและนวัตกรรมเฉพาะช่วยสร้างข้อได้เปรียบ
- มุ่งเน้นการสร้างความคิดต่อแบรนด์เพื่อป้องกันคู่แข่งรายใหม่

จากการวิเคราะห์ทั้งสามเครื่องมือ พบว่าธุรกิจ Chakra Oasis มีแนวโน้มเชิงบวก (+) เนื่องจากความต้องการของตลาด Wellness Tourism และการบำบัดแบบองค์รวมที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับเอกลักษณ์ของธุรกิจที่แตกต่าง เช่น การบำบัดด้วยจักระและการใช้เทคโนโลยี Bio-Well อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังเผชิญกับปัจจัยลบบางอย่าง เช่น การแข่งขันในตลาดสปา และความไม่แน่นอนของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

การบำบัดด้วยจักระยังเป็นแนวคิดที่ไม่แพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภคไทยทั่วไป (จุดอ่อนจาก SWOT) มีแนวโน้มเชิงบวก (-) โซเชียลมีเดีย เช่น TikTok, Facebook และการจัดเวิร์กช็อปฟรี เพื่อให้ความรู้และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการบำบัดจักระจากผู้บริโภคยังไม่เข้าใจ ควรปรับกลยุทธ์การตลาดให้เข้าใจง่าย เช่น การเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่เชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน

ลูกค้ากลุ่มรายได้สูงและวัยทำงานที่มีปัญหา Office Syndrome เป็นกลุ่มที่พร้อมจ่ายเพื่อสุขภาพ (Five Forces - ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูง) มีแนวโน้มเชิงบวก (+) สร้างโปรแกรมสำหรับพนักงาน เช่น แพ็กเกจหลังเลิกงาน พร้อมบริการเสริม เช่น นวดสปาไหล่น้ำที่ตอบโจทย์ Office Syndrome

การบำบัดจักระและออนเซ็นมีคู่แข่งน้อย (Five Forces - ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนต่ำ) มีแนวโน้มเชิงบวก (+) สร้างแพ็คเกจเฉพาะบุคคล เช่น ใช้ผลวิเคราะห์ Bio-Well เพื่อนำเสนอการบำบัดที่เหมาะสม หากคู่แข่งรายใหม่เข้ามา ควรมุ่งเน้นสร้างฐานลูกค้าเดิมให้ภักดี ด้วยโปรแกรมสมาชิกและข้อเสนอพิเศษ

การเติบโตของ GDP เป็นโอกาส แต่ค่าเงินบาทและดอกเบี้ยที่ผันผวนอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมค่าใช้จ่าย (PESTEL - ปัจจัยเศรษฐกิจ) มีแนวโน้มเชิงบวก (-) ค่าเงินบาทที่แข็งตัวทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติดลดลง ควรเน้นการสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าไทยผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok และ Facebook

จากการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ SWOT, Five Forces และ PESTEL พบว่าธุรกิจ **Chakra Oasis** มีแนวโน้มเชิงบวกจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นในตลาด **Wellness Tourism** และการบำบัดแบบองค์รวม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้สามารถสร้างความแตกต่างและตอบโจทย์ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจควรพิจารณาใช้กลยุทธ์ดังนี้:

1. กลยุทธ์การตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
 - ใช้ TikTok และ Facebook ในการสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของการบำบัดจักระและออนเซ็น โดยนำเสนอเนื้อหาแบบ Storytelling ที่น่าสนใจและเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน เช่น “5 วิธีการบำบัดจักระที่ช่วยลด Office Syndrome” เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานและคนรุ่นใหม่ที่ใช้โซเชียลมีเดียเป็นประจำ
2. พัฒนาประสบการณ์เฉพาะบุคคล
 - ใช้เทคโนโลยี Bio-Well ในการวิเคราะห์พลังงานจักระของลูกค้า และออกแบบแพ็คเกจการบำบัดเฉพาะบุคคล เช่น การจัดการความเครียดหรือการฟื้นฟูพลังงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับบริการ และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง
3. สร้างโปรโมชันสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
 - จัดโปรโมชัน “After Work Relaxation” สำหรับกลุ่มคนทำงานที่มีปัญหา Office Syndrome โดยนำเสนอบริการนวดคอเบาไหล่หรือการบำบัดที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์หลังเลิกงาน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่พร้อมจ่ายเพื่อสุขภาพ
4. สร้างความภักดีในกลุ่มลูกค้าเดิม
 - พัฒนาระบบสมาชิก (Membership Program) ที่มอบสิทธิพิเศษ เช่น ส่วนลด การสะสมแต้ม หรือการเข้าร่วมเวิร์กช็อปฟรี เพื่อสร้างฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งและเพิ่มอัตราการกลับมาใช้บริการ
5. เจาะตลาดในประเทศอย่างต่อเนื่อง

- เน้นการสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าชาวไทย โดยเฉพาะกลุ่มรายได้สูง ผ่านการโฆษณาที่ตรงเป้าหมาย และการจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น เวิร์กช็อปบำบัดจักระที่ให้ลูกค้าได้ทดลองสัมผัสบริการ

3.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ในอุตสาหกรรมออนเซ็น

Bay leaf massage & onsen

สถานที่ที่ตั้ง: รัชดา เขตห้วยขวาง

ราคา: ประมาณ 590 - 2,500 บาทต่อครั้ง สำหรับการใช้บริการออนเซ็นส่วนตัวเน้นการบริการที่มีความพิเศษและเป็นส่วนตัว

ธุรกิจเกี่ยวกับอะไร: บริการออนเซ็นส่วนตัวในบรรยากาศญี่ปุ่น มีการดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อความผ่อนคลายของลูกค้า

Himawari Massage and spa

สถานที่ที่ตั้ง: BTS แยกคปอ. เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

ราคา: ประมาณ 350 - 1,500 บาทต่อครั้ง ขึ้นอยู่กับบริการสปาและการบำบัดที่เลือก

ธุรกิจเกี่ยวกับอะไร: การให้บริการสปาและบริการออนเซ็น เน้นบรรยากาศแบบญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของผนังน้ำแร่ออนเซ็น จะมาจากประเทศญี่ปุ่น เพื่อสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าเหมือนไปรับบริการออนเซ็นที่ญี่ปุ่น

Forest Massage & Spa onsen

สถานที่ที่ตั้ง: BTS ทองหล่อ สุขุมวิท

ราคา: ประมาณ 500- 3200 บาทต่อครั้ง

ธุรกิจเกี่ยวกับอะไร: ศูนย์บริการสปานวดและออนเซ็น ให้ความสำคัญเป็นส่วนตัวและเน้นด้านการบริการ

ในอุตสาหกรรมการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ

Bodytime

สถานที่ที่ตั้ง: ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ราคา: ประมาณ 400 - 1800 บาทต่อครั้ง

ธุรกิจเกี่ยวกับอะไร: มีบริการบำบัดด้วย crystal bowl, และหินคริสตัล อีกทั้งยังมีการจัด sound bath workshop เป็น group session โดยรวมแล้วเป็นสถานสปาที่ใช้งานศาสตร์จักระมาร่วมใช้บำบัดกับลูกค้าด้วย

Lotus Wellness

สถานที่ที่ตั้ง: พหลโยธิน, ใกล้ BTS อารีย์

ราคาเริ่มต้นในการบำบัด ประมาณ 1200 บาท

ราคาเริ่มต้นในการสอน ประมาณ 15,000 บาท

ธุรกิจเกี่ยวกับอะไร: ให้บริการบำบัดสอน ผ่านทางการจัด workshop ทางเทคนิค crystal bowl และ คลาส yoga ผีอกสมาธิ เพื่อให้ผู้ที่สนใจด้านศาสตร์จักระสามารถเข้าถึงและเข้าใจศาสตร์บำบัดนี้ได้ง่ายมากขึ้น

Chakra Oasis Spa and Onsen

สถานที่ที่ตั้ง: โครงการ เวร่า ซอยมัสทิน รามคำแหง

ราคา: ประมาณ 350 - 1500 บาท ต่อครั้ง

ธุรกิจเกี่ยวกับอะไร: บริการบำบัดผสมกับศาสตร์จักระเพื่อการสร้างสมดุลพลังงานให้กับร่างกายและยังมีแช่บริการออนเซ็น อีกทั้งยังมี sound bath workshop แบบ group session สำหรับผู้ที่สนใจด้าน sound healing โดยผู้เชี่ยวชาญ

3.3 การวิเคราะห์ SWOT

Strengths:

- ด้านการให้บริการบำบัดพลังงานจักระ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ยังไม่แพร่หลายในตลาดประเทศไทย ทำให้ธุรกิจมีความโดดเด่นจากคู่แข่งในด้านความรู้และทักษะเฉพาะทางที่ไม่สามารถหาได้จากสปาทั่วไป
- มีการนำเสนอประสบการณ์การบำบัดที่เน้นไปที่การฟื้นฟูพลังงานโดยใช้การบำบัดด้วยคริสตัลและเสียง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสปาอื่น ๆ ในตลาด
- การให้บริการที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางและปรับแต่งตามความต้องการเฉพาะบุคคล ช่วยสร้างความพึงพอใจและความภักดีในระยะยาว ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

- การเลือกที่ตั้งที่เข้าถึงได้ง่าย ตั้งอยู่ในโครงการเวร่า ซอยมัสติน ใกล้กับชุมชนและการเข้าถึงการขนส่งสาธารณะ และยังมีที่จอดรถรองรับอย่างมาก ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย

Weaknesses:

- การดำเนินธุรกิจบำบัดแบบองค์รวม เช่น Chakra Oasis มักมีค่าใช้จ่ายที่สูง ทั้งในเรื่องการจัดซื้ออุปกรณ์บำบัดพลังงานจักระ เช่น คริสตัล น้ำมันหอมระเหย และการบำรุงรักษาสถานที่ที่มีการตกแต่งตามหลักจักระอย่างสวยงาม ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินธุรกิจสูงกว่าสปาทั่วไป ทำให้ต้องมีการวางแผนด้านการจัดการต้นทุนอย่างรอบคอบ
- ธุรกิจสปาและการบำบัดในประเทศไทยมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพฯ ที่มีคู่แข่งหลายราย หากไม่มีความแตกต่างหรือจุดขายที่ชัดเจน ก็อาจทำให้เสียเปรียบทางการแข่งขันได้
- การบำบัดด้วยศาสตร์จักระยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดประเทศไทยมากเท่าไรนัก ดังนั้น Chakra Oasis อาจต้องเผชิญกับความท้าทายในด้านการสร้างความรู้และความน่าเชื่อถือในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งอาจทำให้ต้องใช้เวลาและทรัพยากรในการทำการตลาดมากขึ้น
- การให้บริการบำบัดที่มีความเฉพาะทาง เช่น การบำบัดจักระ ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เฉพาะ ซึ่งหากขาดพนักงานที่มีความสามารถ อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า

Opportunities:

- รัฐบาลไทยได้สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพระดับโลก สร้างโอกาสให้ธุรกิจสปาและการบำบัดแบบองค์รวมขยายตัวได้มากขึ้น
- ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยคาดว่าจะเติบโตขึ้นกว่า 17% ระหว่างปี 2023-2030 นำไปสู่ความต้องการบริการสปาและบำบัดที่มีคุณภาพสูง
- การบำบัดแบบศาสตร์จักระ มีความต้องการเพิ่มขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริหารที่ต้องการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจอย่างลึกซึ้ง Chakra Oasis สามารถตอบโจทย์นี้ได้ด้วยบริการที่มีความเฉพาะทางและเน้นการฟื้นฟูพลังงาน

- กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและการดูแลตนเองมีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการในการดูแลสุขภาพและการบำบัดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสร้างโอกาสขยายฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง
- การให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การบำบัดด้วยคริสตัลและเสียง สามารถสร้างความสนใจในตลาดต่างประเทศได้ ทำให้มีโอกาสนในการขยายธุรกิจไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว ใช้บริการสุขภาพในประเทศไทย
- การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการบริการ เช่น การจองออนไลน์ และการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพออนไลน์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

Threats:

- ธุรกิจสปาในประเทศไทยมีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของสปาแบบดั้งเดิมและการบำบัดสุขภาพแบบองค์รวม ทำให้ต้องเผชิญกับคู่แข่งจำนวนมาก ซึ่งอาจลดความสามารถในการสร้างรายได้หากไม่สามารถสร้างจุดขายที่ชัดเจนและแตกต่างได้
- การบำบัดด้วยจักระเป็นศาสตร์ที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีความรู้ลึกซึ้ง ซึ่งการหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสูงอาจเป็นเรื่องยาก หากขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ การให้บริการอาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่
- แม้ว่าความสนใจในเรื่องสุขภาพจะเพิ่มขึ้น แต่พฤติกรรมผู้บริโภคอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสการใช้บริการสุขภาพแบบอื่น ๆ เช่น การออกกำลังกายหรือการใช้เทคโนโลยีในการดูแลสุขภาพ ทำให้การบำบัดด้วยศาสตร์จักระอาจต้องปรับตัวให้ทันกับแนวโน้มที่เปลี่ยนไป
- สถานการณ์เศรษฐกิจที่ผันผวน เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจหรืออัตราเงินเฟ้อ อาจทำให้ผู้บริโภคลดการใช้จ่ายในบริการที่ไม่จำเป็น เช่น การบำบัดสุขภาพ ส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ
- การที่ Chakra Oasis ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสุขภาพและการบำบัด รวมถึงมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษามาตรฐานตามกฎหมาย ซึ่งหากไม่สามารถปฏิบัติตามได้อย่างครบถ้วน อาจถูกปรับหรือยกเลิกใบอนุญาต

บทที่ 4

การวิจัยทางการตลาดและแผนการตลาด

4.1 การวิจัยทางการตลาด

4.1.1 การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นทางการตลาดของธุรกิจสปาด้วยใช้ศาสตร์จักระบำบัดรวม (Competition Analysis)

จากการลงพื้นที่สำรวจและทดลองใช้บริการที่ Bodytime Spa Beauty and Wellness ซึ่งสปาตั้งอยู่ที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โดยสถานที่ที่มีความโดดเด่นในการผสมผสานการบำบัดด้วยพลังงานศาสตร์จักระและสปา โดยมีรายละเอียดดังนี้:

สไตล์การตกแต่ง: โมเดิร์นมินิมอล เน้นความผ่อนคลายด้วยโทนสีอบอุ่น

บริการ: มีโปรแกรมบำบัดหลากหลาย โดยเฉพาะการบำบัดด้วย Crystal Bowl และหินคริสตัล รวมถึงการจัด Sound Bath Workshop แบบกลุ่ม

อัตราค่าบริการ: เริ่มต้นที่ 400 - 1,800 บาท ขึ้นอยู่กับโปรแกรม

อุปกรณ์: มีอุปกรณ์บำบัดพลังงานครบครัน ทั้ง Crystal Bowl, คริสตัล และอุปกรณ์ขนาดต่างๆ

ทำเลที่ตั้ง: ย่านสุขุมวิท พร้อมที่จอดรถ

จุดเด่น: เชี่ยวชาญการบำบัดด้วยพลังงาน มีผู้เชี่ยวชาญด้าน Sound Healing และมีชื่อเสียงในด้านการบำบัดแบบองค์รวม

จุดด้อย: ราคาค่อนข้างสูงสำหรับบางโปรแกรม และต้องจองล่วงหน้าสำหรับ Workshop พิเศษ

4.1.2 Consumer Research

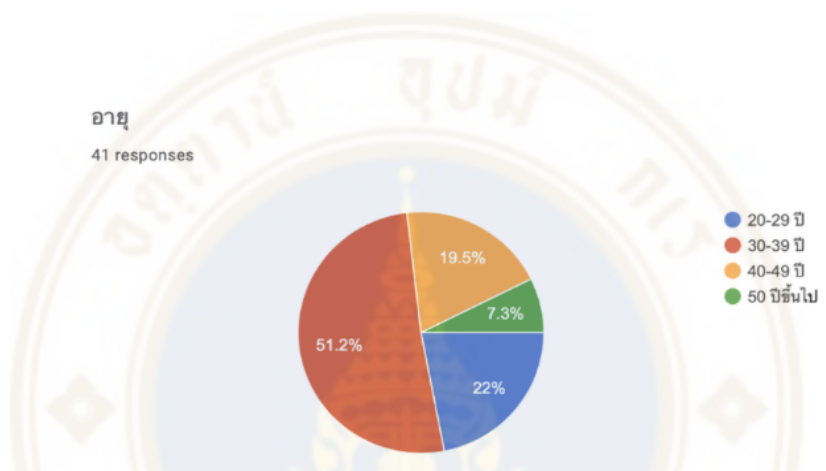
เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสทางธุรกิจในตลาดด้านสุขภาพ รวมถึงแนวทางการพัฒนาบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เราได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายจำนวน 119 คน ซึ่งเป็นผู้หญิงอายุ 30 ปีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ย 35,000 บาทต่อเดือน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาการ

บริการให้สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า หลังจากมีการไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสรุปออกมาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 119 คน พบว่ามี 41 คนที่รู้จักศาสตร์จักระ คิดเป็นร้อยละ 35% ของกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์

อายุ



ภาพที่ 4.1 แผนภูมิที่ 1

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย มีการเน้นสอบถามกลุ่มอายุที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจเพื่อเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า อย่างไรก็ตาม ยังมีการรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มอายุอื่น ๆ เช่น ช่วงอายุ 20-29 ปี และ 50 ปีขึ้นไป เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

Painpoint

ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ

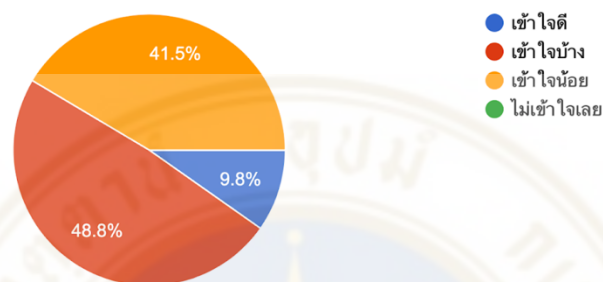
- ความไม่สะดวกในการเดินทางและที่ตั้ง
- ยังมีน้อยที่มีการให้คำปรึกษาประสบการณ์ที่ปรับให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล
- ยังขาดคุณภาพของบริการและความเป็นมืออาชีพของพนักงาน
- การสื่อสารของพนักงานไม่ดี

- ความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัว

ส่วนที่ 2 ความรู้และความสนใจเกี่ยวกับ Chakra และการบำบัด

หากท่านเคยได้ยินเกี่ยวกับการบำบัด Chakra ท่านรู้สึกว่าคุณมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ Chakra มากน้อยเพียงใด?

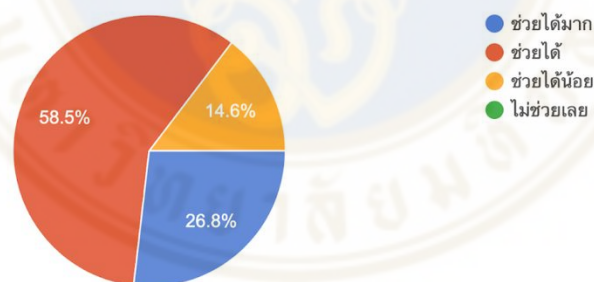
41 responses



ภาพที่ 4.2 แผนภูมิที่ 2

ท่านคิดว่าการบำบัดด้วย Chakra จะช่วยให้ท่านผ่อนคลายและฟื้นฟูร่างกายได้หรือไม่?

41 responses



ภาพที่ 4.3 แผนภูมิที่ 3

พบว่า 48.8% ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่ามีความเข้าใจบางส่วน และ 41.5% ระบุว่ามีความเข้าใจน้อย ทำให้เห็นได้ว่าความรู้เกี่ยวกับศาสตร์จักระยังค่อนข้างจำกัดในกลุ่มเป้าหมาย แต่ความเชื่อในศักยภาพของการบำบัดด้วยจักระยังคงมีอยู่

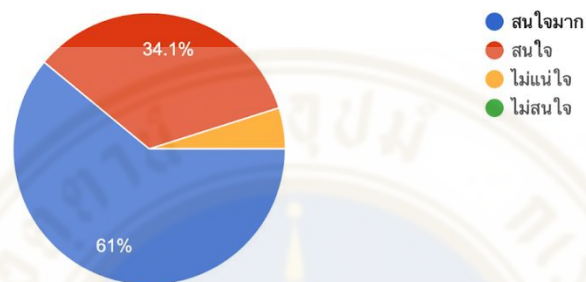
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับศาสตร์จักระ แต่พวกเขา ยังคงเชื่อว่าการบำบัดด้วยจักระสามารถช่วยฟื้นฟูร่างกายและจิตใจได้ โดยแผนภูมิที่สามแสดงให้เห็น

เห็นว่า 58.5% ของผู้ตอบเชื่อว่าการบำบัดด้วยจักระสามารถช่วยได้ และ 26.8% เชื่อว่าจะช่วยได้มาก ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในผลลัพธ์ของการบำบัด แม้ว่าจะไม่มีความรู้เชิงลึกในศาสตร์นี้มากนัก

ส่วนที่ 3: การประเมินความสนใจและความคาดหวังของลูกค้า

หากมีการบำบัดด้วย Chakra พร้อมกับบริการออนเซ็นและการนวด ท่านจะสนใจใช้บริการหรือไม่?

41 responses



ภาพที่ 4.4 แผนภูมิที่ 4

ผู้สัมภาษณ์ยังคงเชื่อว่าการบำบัดด้วยจักระสามารถช่วยฟื้นฟูร่างกายและจิตใจได้ โดยแผนภูมิแรกแสดงให้เห็นว่า 58.5% ของผู้ตอบเชื่อว่าการบำบัดด้วยจักระสามารถช่วยได้ และ 26.8% เชื่อว่าจะช่วยได้มาก ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในผลลัพธ์ของการบำบัด แม้ว่าจะไม่มีความรู้เชิงลึกในศาสตร์นี้มากนัก

คำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์:

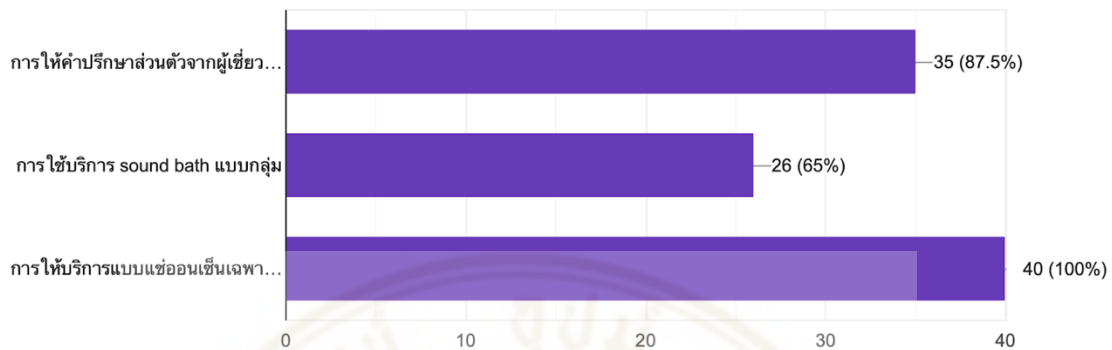
“ยังไม่เคยได้ยื่นและเห็นการผสมผสานของจักระและออนเซ็นเข้าด้วยกัน” (เพศหญิง อายุ 30 ปี, พนักงาน บริษัท)

“การบริการปรึกษาเฉพาะบุคคลถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจ เพราะบางทีไม่รู้ว่าจะปฏิบัติอย่างไรเพื่อให้การรักษาได้ประสิทธิภาพ” (เพศหญิง อายุ 35 ปี, ธุรกิจส่วนตัว)

“Private Onsen มีเพียงการแช่น้ำในออนเซ็น แต่ไม่มีตัวเลือกการบำบัดเพิ่มเติม” (เพศหญิง อายุ 32 ปี, พนักงาน บริษัท)

ท่านคิดว่าการให้บริการแบบใดจะเหมาะสมที่สุดสำหรับการบำบัดด้วย Chakra? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

40 responses



ภาพที่ 4.5 แผนภูมิที่ 5

จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการที่เหมาะสมสำหรับการบำบัดด้วยจักระ พบว่าลูกค้าสนใจในบริการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้:

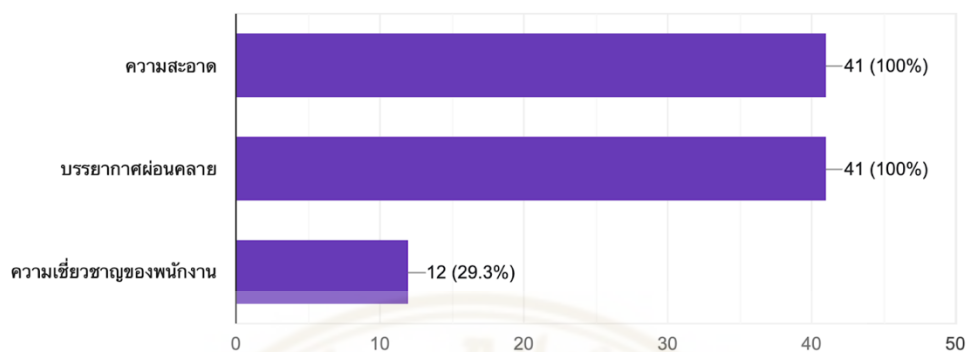
1. การให้บริการแบบแช่ออนเซ็นเฉพาะบุคคล เป็นบริการที่ได้รับความสนใจสูงสุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100% เห็นว่าการแช่ออนเซ็นแบบส่วนตัวจะเป็นบริการที่เหมาะสมและน่าสนใจมากที่สุดสำหรับการผสมผสานกับการบำบัดด้วยจักระ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความสนใจในการบริการที่เน้นความเป็นส่วนตัวและการผ่อนคลายสูงสุด

2. การให้คำปรึกษาส่วนตัวจากผู้เชี่ยวชาญด้านจักระ ได้รับความสนใจถึง 87.5% ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมองว่าการได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญจะช่วยให้เข้าใจและได้รับประโยชน์จากการบำบัดด้วยจักระมากขึ้น ลูกค้ามีความคาดหวังว่าผู้เชี่ยวชาญจะสามารถให้คำแนะนำที่ตรงจุดเกี่ยวกับสุขภาพและการฟื้นฟูร่างกาย

3. การใช้บริการ Sound Bath แบบกลุ่ม มีผู้ตอบที่สนใจ 65% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าบางกลุ่มก็มีความสนใจในการทำกิจกรรมเป็นกลุ่มร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่เน้นการผ่อนคลายผ่านเสียง ซึ่งถือเป็นการบำบัดที่ช่วยเสริมสร้างสมดุลทั้งทางกายและจิตใจ

ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งใดเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการบำบัด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

41 responses



ภาพที่ 4.6 แผนภูมิที่ 6

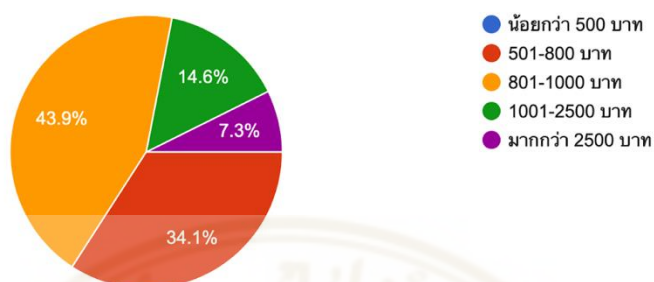
จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 41 คน พบว่ามีปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการบำบัดอย่างชัดเจน ได้แก่:

1. ความสะอาดของสถานที่ และ บรรยากาศที่ผ่อนคลาย ได้รับการยืนยันจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (100%) ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่พวกเขาคำนึงถึงมากที่สุดในการเลือกใช้บริการที่สถานที่ที่มีความสะอาดและบรรยากาศที่สงบสุขจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและมั่นใจในคุณภาพของบริการที่ได้รับ
2. ความเชี่ยวชาญของพนักงาน ได้รับการยอมรับจาก 29.3% ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลูกค้าคาดหวังว่าพนักงานจะมีความรู้และทักษะในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการในการได้รับคำแนะนำและการดูแลอย่างเหมาะสม

ส่วนที่ 4: ความพร้อมในการใช้บริการและค่าใช้จ่าย

ท่านยินดีที่จะจ่ายค่าบริการบำบัด Chakra ในราคาเท่าใด?

41 responses



ภาพที่ 4.7 แผนภูมิที่ 7

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าจำนวน 41 คน พบว่าลูกค้ามีแนวโน้มที่จะยินดีจ่ายค่าบริการบำบัดด้วยจักระในระดับราคาที่หลากหลาย โดยลูกค้าส่วนใหญ่ 43.9% พร้อมที่จะจ่ายในช่วงราคา 801-1000 บาท และ 34.1% พร้อมจ่ายในช่วงราคา 501-800 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในช่วงเริ่มต้น ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะจ่ายในราคาที่ไม่สูงมากนัก โดยเน้นไปที่การทดลองใช้บริการและผลลัพธ์ของการบำบัด

อย่างไรก็ตาม หากบริการมีคุณภาพดี มีมาตรฐานความสะอาดสูง และพนักงานมีความเชี่ยวชาญในการบำบัด รวมถึงเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนในการรักษาหรือการฟื้นฟู ลูกค้าจะมีแนวโน้มยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้น เช่น ในช่วง 1001-2500 บาท ซึ่งมีลูกค้า 14.6% ที่ยอมรับได้ และ 7.3% ของลูกค้าพร้อมจ่ายมากกว่า 2500 บาท สำหรับบริการที่ได้ผลลัพธ์อย่างชัดเจน

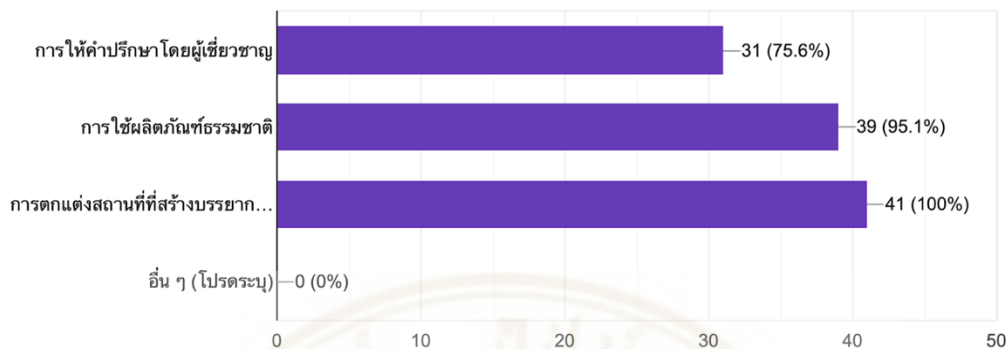
คำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์:

“ถ้าการบริการดี และภาพร้านโดยรวมดี ราคาก็สามารถจ่ายได้” (เพศหญิง อายุ 32 ปี, พนักงานบริษัท)

“ถ้ามีการบำบัดแล้วหายจากอาการเหนื่อยล้าที่เป็นก็ยอมจ่าย” (เพศหญิง อายุ 30 ปี, พนักงานบริษัท)

ท่านคิดว่าบริการบำบัด Chakra ที่ดีควรประกอบด้วยอะไรบ้าง? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

41 responses



ภาพที่ 4.8 แผนภูมิที่ 8

จากการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการบำบัดด้วยจักระ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าบริการควรประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญตามผลสำรวจ ดังนี้:

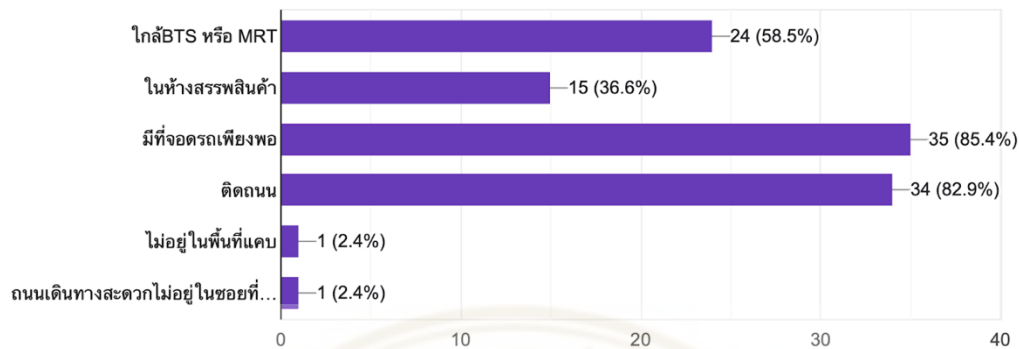
1. การตกแต่งสถานที่ที่สร้างบรรยากาศผ่อนคลาย ได้รับการยอมรับจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกคน (100%) ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีในการบริการ การสร้างบรรยากาศที่สงบ ผ่อนคลาย และเหมาะสมกับการบำบัด จะช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า และเป็นองค์ประกอบที่สื่อถึงคุณภาพของร้านอย่างชัดเจน

2. การใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ได้รับความเห็นชอบจาก 95.1% ของผู้ตอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในบริการ หากผลิตภัณฑ์เป็นธรรมชาติ ย่อมสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจในบริการได้มากขึ้น

3. การให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้รับความเห็นด้วยจาก 75.6% ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลูกค้าคาดหวังว่าผู้เชี่ยวชาญจะให้คำแนะนำที่ถูกต้องและเหมาะสมกับสุขภาพของพวกเขา ซึ่งจะสร้างความมั่นใจในการเข้ารับบริการและทำให้รู้สึกถึงความใส่ใจและคุณภาพของการดูแล

ท่านคิดว่าที่ตั้งของร้านสปาที่ดีควรเป็นอย่างไร

41 responses



ภาพที่ 4.9 แผนภูมิที่ 9

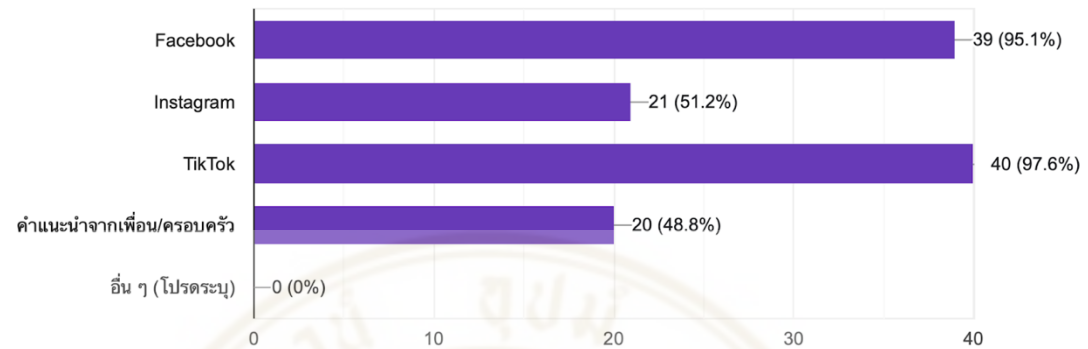
จากผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเกี่ยวกับสถานที่ตั้งที่ดีสำหรับร้านสปาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้:

1. มีที่จอดรถเพียงพอ – มีผู้ตอบแบบสอบถาม 85.4% เห็นว่าการมีที่จอดรถที่สะดวกสบายและเพียงพอเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ตั้งร้าน ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เดินทางมาใช้บริการด้วยรถยนต์
2. ติดถนนใหญ่ – 82.9% ของผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังว่าสถานที่ตั้งของร้านควรอยู่ติดถนนใหญ่หรือในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาและเดินทางมาที่ร้านได้สะดวก
3. ใกล้ BTS หรือ MRT – มี 58.5% ของลูกค้าที่ชื่นชอบการเดินทางโดยรถสาธารณะ ซึ่งสถานที่ตั้งที่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าหรือรถไฟฟ้าใต้ดินจะเป็นตัวเลือกที่ดีในการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้ากลุ่มนี้
4. ในห้างสรรพสินค้า – 36.6% ของลูกค้ามองว่าการตั้งร้านในห้างสรรพสินค้าจะทำให้มีความสะดวกในการเดินทางและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมที่ครบครัน เช่น การช้อปปิ้งหรือทานอาหาร

ส่วนที่ 5: ช่องทางการรับรู้และการสื่อสาร

ท่านคิดว่า Chakra Oasis ควรโปรโมทจากช่องทางใด? (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

41 responses



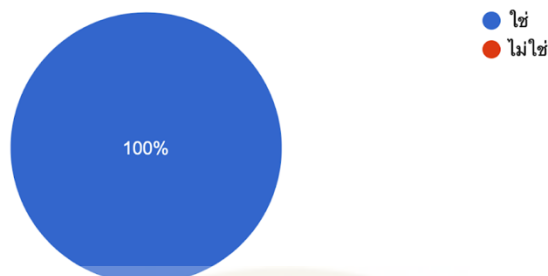
ภาพที่ 4.10 แผนภูมิที่ 10

จากผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับช่องทางการโปรโมทร้าน Chakra Oasis พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจใน Social Media เป็นหลัก โดยเฉพาะ TikTok ซึ่งได้รับความสนใจสูงสุดที่ 97.6% และ Facebook ซึ่งมีความนิยมใกล้เคียงกันที่ 95.1% การใช้ short video บนแพลตฟอร์มเหล่านี้จะช่วยดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากรูปแบบวิดีโอสั้น ๆ น่าดูและเข้าถึงง่าย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่สามารถอธิบายถึงประโยชน์ของการบำบัดและการรักษาด้วยจักระได้อย่างตรงประเด็น ช่วยสร้างการรับรู้และความเข้าใจในบริการ

นอกจากการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์แล้ว กลุ่มเป้าหมาย 48.8% ยังระบุว่าคำแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัวมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งบ่งบอกถึงความเชื่อมั่นจากผู้ใกล้ชิดสามารถช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจในบริการได้

ท่านคิดว่า โปรโมชันหรือส่วนลดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของท่านหรือไม่

41 responses



ภาพที่ 4.11 แผนภูมิที่ 11

ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าโปรโมชันและส่วนลดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า การนำเสนอโปรโมชันที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มยอดขายในระยะสั้น แต่ยังสร้างความภักดีและความเชื่อมั่นในแบรนด์ในระยะยาวอีกด้วย ดังนั้น การวางแผนและดำเนินกลยุทธ์โปรโมชันจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามสำหรับการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 6: ความคิดเห็นเพิ่มเติม

ท่านมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะใด ๆ ที่เกี่ยวกับการบำบัด Chakra หรือบริการที่ท่านคาดหวังจาก Chakra Oasis ใหม่?

3 responses

แพ็คเกจ all in one รวมบริการปรับสมดุลจักระไว้ในแพ็คเกจเดียว

โอเดียใหม่น่าสนใจ จะต้องเน้นการบริการที่ไม่เหมือนใคร ใส่ใจลูกค้า

คาดหวังว่าพนักงานนวดหรือผู้ให้บริการจะมีความเชี่ยวชาญ มีความเข้าใจสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพหรือการผ่อนคลายหลังใช้บริการได้

ภาพที่ 4.12 ความคิดเห็นจากลูกค้า

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้า พบว่ามีคำแนะนำเพิ่มเติมที่สำคัญเกี่ยวกับบริการของ Chakra Oasis ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้:

1. **ความคาดหวังในการให้บริการแบบครบวงจร (All-in-one)** – ลูกค้าบางส่วนเสนอแนะว่าร้านควรมี แพคเกจบริการที่รวมการปรับสมดุลจักระในแพ็คเกจเดียว เพื่อความสะดวกในการเลือกใช้บริการและได้รับผลลัพธ์ที่ครบถ้วนจากการบำบัดแบบองค์รวม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความสนใจในบริการที่สามารถตอบโจทย์หลาย ๆ ด้านในครั้งเดียว
2. **การให้บริการที่ไม่เหมือนใคร** – ลูกค้าแสดงความคิดเห็นว่าบริการควรมีความไม่ซ้ำใคร และมุ่งเน้นการให้บริการที่ตรงใจและคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้
3. **ความเชี่ยวชาญและคำแนะนำในการดูแลสุขภาพ** – ลูกค้าคาดหวังว่าพนักงานที่ให้บริการนวดหรือผู้เชี่ยวชาญจะมีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์จักระ รวมถึงสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการผ่อนคลายหลังการให้บริการได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าและเพิ่มความประทับใจในบริการ

อะไรคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกกลับมาใช้บริการบำบัด Chakra ซ้ำของท่าน?

6 responses

ความสะอาดสบายและบรรยากาศ

ความสะอาด , บรรยากาศและการบริการ

การบริการที่ดี , มีความสะอาด

หากรู้สึกว่าการที่ได้รับความช่วยเหลือในการดูแลสุขภาพหรือบรรเทาปัญหาทางกายและจิตใจในระยะยาว

ราคาและความคุ้มค่า

พนักงานบริการดี, service mind

ภาพที่ 4.13 ความคิดเห็นจากลูกค้า

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกกลับมาใช้บริการบำบัด Chakra พบว่าผู้ตอบหลายคนเน้นย้ำถึงความสำคัญของ ความสะอาด และ บรรยากาศของร้าน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึก อบอุ่นและสบายใจ ในการเข้ารับบริการ นอกจากนี้ยังมีความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งรวมถึงความคุ้มค่าของราคา และการให้บริการโดยพนักงานที่มีความใส่ใจ (service mind) สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังเพิ่มเติมคือ:

1. ความสะอาดและการดูแลสถานที่ – ลูกค้าต้องการให้สถานที่ที่มีความสะอาดทั้งในพื้นที่บริการและอุปกรณ์ที่ใช้ ซึ่งจะสร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของการบริการ
2. บรรยากาศที่ผ่อนคลาย – การมีบรรยากาศที่ดีจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและเพิ่มความประทับใจในการใช้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พวกเขาเลือกกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
3. การให้บริการที่เป็นมิตรและคุ้มค่า – ผู้ตอบคาดหวังว่าพนักงานจะมีใจบริการและเข้าใจความต้องการของลูกค้า รวมถึงมองว่าการบริการที่ช่วยดูแลสุขภาพหรือบรรเทาปัญหาทางกายและจิตใจในระยะยาวนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจ
4. ควรมีการเสนอแนะให้ลูกค้าทำหลังได้รับบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้าและพัฒนาบริการให้ตรงตามความต้องการ
5. ระบบเอกสารควรเข้าระบบออนไลน์เพื่อความรวดเร็วและลดข้อผิดพลาดในการจัดการข้อมูล
6. การเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบสามารถช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่กลับมาใช้บริการ

4.2 แผนการตลาด

4.2.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย STP

การจัดกลุ่มลูกค้าของ Chakra Oasis (Segmentation)

กลุ่มเป้าหมายหลักคือเพศหญิง อายุ 30 ปีขึ้นไป มีรายได้มากกว่า 35,000 บาทต่อเดือน

พื้นที่: อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ความสนใจ: มุ่งเน้นการพัฒนาตนเองทั้งทางร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ

พฤติกรรม: เคยมีประสบการณ์เหนื่อยล้าจากการทำงาน และมองหาการผ่อนคลาย

ความเครียด

ผลสำรวจจากแผนภูมิ ที่ 1 การสำรวจความคิดเห็นที่เน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายนี้ ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจความต้องการที่แท้จริงและพฤติกรรมของลูกค้าในกลุ่มนี้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถออกแบบบริการและสร้างประสบการณ์ที่ตรงใจลูกค้าได้มากที่สุด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market)

1. กลุ่มพนักงานออฟฟิศ
 - ผู้หญิงวัยทำงาน อายุ 30-45 ปี
 - รายได้ 35,000 บาทขึ้นไป
 - มีความเครียดและความกดดันจากการทำงาน
 - ต้องการผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ
 - มีปัญหาสุขภาพจากการนั่งทำงานนาน
2. กลุ่มผู้หญิงแม่บ้าน
 - อายุ 35-50 ปี
 - รายได้ครอบครัว 45,000 บาทขึ้นไป
 - มีความเครียดและวิตกกังวลในชีวิตประจำวัน
 - ต้องการดูแลสุขภาพจิตและการผ่อนคลาย
 - มีเวลาและกำลังในการดูแลตัวเอง
3. กลุ่มผู้สนใจศาสตร์จักระ
 - ผู้หญิงที่สนใจการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม
 - รายได้ 35,000 บาทขึ้นไป
 - ต้องการปรับสมดุลพลังงานในร่างกาย
 - สนใจการบำบัดด้วยคริสตัลและเสียง
 - เปิดรับแนวทางการดูแลสุขภาพทางเลือก

ทั้งสามกลุ่มอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะย่านรามคำแหง สะพานสูง และพื้นที่ใกล้เคียง

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

1. การบำบัดแบบเฉพาะบุคคล

- วิเคราะห์พลังงานจักระด้วย Bio-Well
- ปรับการบำบัดตามผลวิเคราะห์รายบุคคล
- ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ

2. ประสบการณ์ครบทุกประสาทสัมผัส เน้นการสร้างประสบการณ์การบำบัดครบทุกประสาทสัมผัส เช่น รูป รส กลิ่น เสียง

3. ราคาเป็นมิตรและเข้าถึงได้ง่าย

4.2.2 การวางตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์และการบริการ

Perceptual Map โดยต้องแยกเป็นสเปกตรัมที่ไม่มีบำบัดร่วมในศาสตร์จักระ กับ สเปกตรัมที่มีบำบัดร่วมในศาสตร์จักระ และใช้แกนแนวตั้ง เพื่อบ่งบอกถึงราคา



ภาพที่ 4.14 แสดง Perceptual Map

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของ Chakra Oasis ใช้ปัจจัยหลัก 2 ด้าน คือ ด้านแนวนอนแสดงการบำบัดร่วมในศาสตร์จักระ จากระดับพื้นฐาน (Low Chakra Function) จนถึงระดับสูง (High Chakra Function) และด้านแนวตั้งแสดงระดับราคาจากต่ำไปสูง โดย Chakra Oasis วางตำแหน่งตัวเองในพื้นที่ High Chakra Function ที่ระดับราคาปานกลาง แตกต่างจาก Forest และ

Bay Leaf ที่เน้น Low Chakra Function ในระดับราคาสูงและต่ำตามลำดับ ในขณะที่ Bodytime และ Lotus Wellness อยู่ในตำแหน่ง High Chakra Function ที่ระดับราคาสูงกว่า ทำให้ Chakra Oasis สามารถนำเสนอบริการคุณภาพสูงในราคาที่เข้าถึงได้

4.2.3 ส่วนผสมทางการตลาด

7P's Marketing Mix:

Product/Service

การบำบัดด้วยจักระ: คือการปรับสมดุลพลังงานในร่างกายผ่านจักระทั้ง 7 จุด โดยมีการใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การทำสมาธิด้วย crystal bowl, การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย และการใช้คริสตัล เพื่อฟื้นฟูพลังงานและความสมดุลในร่างกาย

ออนเซ็น: การแช่น้ำแร่ที่มีอุณหภูมิสูง เพื่อช่วยฟื้นฟูกล้ามเนื้อและผ่อนคลายความเครียด

การให้บริการที่ออกแบบเฉพาะบุคคล: มีการวิเคราะห์ปัญหาสุขภาพของลูกค้าแต่ละคน เพื่อปรับโปรแกรมการบำบัดให้เหมาะสม โดยสามารถเลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหย หรือโปรแกรมการบำบัดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

Workshop Sound Bath Group Session: เพื่อมอบประสบการณ์การบำบัดด้วยเสียงที่ลึกซึ้งและมีประสิทธิภาพให้กับลูกค้า โดยการบำบัดในรูปแบบนี้ใช้เสียงและคลื่นความถี่จากคริสตัลโบว์ลและเครื่องดนตรีบำบัดอื่น ๆ เพื่อช่วยปรับสมดุลพลังงานในร่างกาย และเสริมสร้างความผ่อนคลายอย่างลึกซึ้ง ช่วยฟื้นฟูทั้งร่างกายและจิตใจ

Place

การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายของ Chakra Oasis แบ่งเป็น 3 ช่องทางหลัก ดังนี้:

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel)

สถานที่ตั้ง: The เวิร์ด ซอยมัสติน รามคำแหง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ

เวลาทำการ: 11.00 - 20.00 น. ทุกวัน

รองรับการชำระเงินทั้งเงินสด



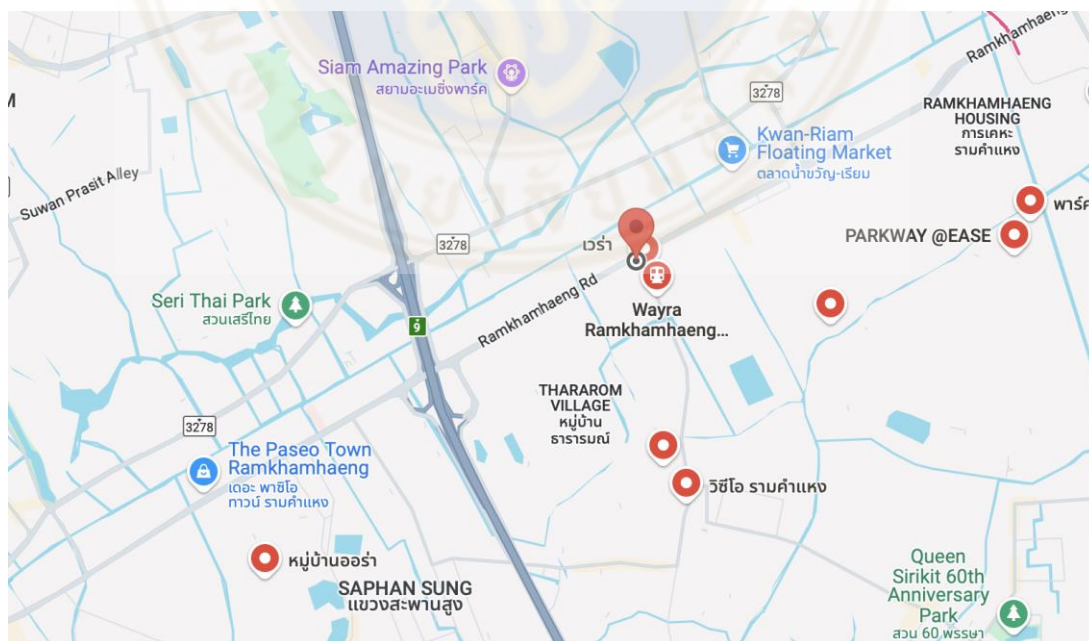
ภาพที่ 4.15 ภาพแสดงโครงการในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.16 ภาพแสดงที่จอดรถในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.17 ภาพแสดงโครงการในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.18 ภาพแสดงแผนที่ในปัจจุบัน

โครงการ เวิร์กช็อปโฮมมิติน ค่าเช่าเดือนละ 40,000 บาท ต่อเดือน สัญญาขั้นต่ำ 1 ปี วางมัดจำล่วงหน้า 3 เดือน

ผลสำรวจพบว่าตามแผนภูมิที่ 9 จากผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเกี่ยวกับสถานที่ตั้งที่เหมาะสม พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การมีที่จอดรถเพียงพอ (85.4%) และสถานที่ที่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า (58.5%) เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางและการใช้บริการ ดังนั้นจึงเลือกโครงการ เวิร์กช็อปโฮมมิติน เป็นที่ตั้งร้านสปาในทำเลที่มีที่จอดรถรองรับและ ใกล้สถานีรถไฟฟ้า เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมที่สุด

สำหรับ โครงการ เวิร์กช็อปโฮมมิติน มีสถานที่สำคัญใกล้เคียง ดังนี้:

- โรงพยาบาลรามคำแหง 2 - ตั้งอยู่ห่างจากโครงการเพียงประมาณ 400 เมตร
- ถนนรามคำแหง - อยู่ห่างจากโครงการเพียง 200 เมตร ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์และขนส่งสาธารณะง่ายขึ้น
- สนามบินสุวรรณภูมิ - ห่างจากโครงการประมาณ 30 นาที
- ห้างสรรพสินค้าในบริเวณใกล้เคียง เช่น Tesco Lotus และ Big C Extra ซึ่งใช้เวลาเดินทางประมาณ 7-10 นาที
- สถานีรถไฟฟ้าสายสีส้ม สถานีราษฎร์พัฒนา (ก่อสร้างเสร็จแล้ว100% คาดว่าจะเปิดให้บริการปี 2567)

Price

ตารางที่ 4.1 แสดงรายการค่าบริการของ Chakra Oasis

บริการ	ระยะเวลา	ราคา (บาท)	รายละเอียด
Onsen Serenity with Crystal Harmony	60 นาที	990	แช่ออนเซ็นส่วนตัว > บำบัดด้วย Crystal Bowl
Aromatic Bliss with Crystal Alignment	90 นาที	1500	นวดน้ำมันหอมระเหย > วางคริสตัลตามจุดพลังงาน > บำบัดด้วยเสียง Crystal Bowl
Crystal Sound Bath Workshop	120 นาที	990	แช่สั่นกลุ่มบำบัดด้วยเสียง > นำโดยผู้เชี่ยวชาญ > จำกัด 15 คนต่อครั้ง

บริการ	ระยะเวลา	ร ำ ค ำ (บาท)	รายละเอียด
Radiant Body Treatment	60 นาที	650	ขัดผิวด้วยสมุนไพร> พอกผิวด้วย Aloe Vera> นวดผ่อนคลาย
Scrub & Wrap	60 นาที	650	ขัดผิวด้วยส่วนผสมธรรมชาติ> พอกตัวด้วยสมุนไพร> อบไอน้ำสมุนไพร
Thai Traditional Aroma Massage	60 นาที	450	นวดแผนไทย >ใช้น้ำมันหอมระเหย
Back & Shoulder Relief	60 นาที	350	นวดคอ บ่า ไหล่ > แก้ออฟฟิศซินโดรม
Soothing Foot Massage	60 นาที	350	นวดฝ่าเท้า > กดจุดสะท้อน

หมายเหตุ: ราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลและโปรโมชั่น

ผลสำรวจพบว่าตามแผนภูมิที่ 7 จากการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า 41 คน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่พร้อมจ่ายค่าบริการในช่วงราคา 501-1000 บาท โดยเน้นการทดลองใช้บริการในราคาที่เหมาะสม แต่ยังคงคาดหวังคุณภาพ มาตรฐาน และผลลัพธ์ที่ชัดเจน ดังนั้นจึงตั้งราคาค่าบริการเริ่มต้นไว้ที่ 350-1500 บาท เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าหลากหลายและสร้างความมั่นใจในบริการในระยะเริ่มต้น

Promotion

- เมื่อซื้อแพ็คเกจบริการบำบัด 5 ครั้ง ลูกค้าจะได้รับสิทธิพิเศษในการเลือกรับบริการนวดฟรีถึง 2 ครั้ง จากบริการนวดคอ บ่า ไหล่ หรือการนวดเท้า ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความผ่อนคลายและลดความตึงเครียดให้กับร่างกาย โดยการนวดเหล่านี้จะช่วยปรับสมดุลพลังงานและบรรเทาอาการเมื่อยล้าอย่างมีประสิทธิภาพ
- ในวันพิเศษ 9.9, 10.10, และ 11.11 Chakra Oasis จะเสนอส่วนลด 15% สำหรับการซื้อแพ็คเกจบำบัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อบริการและใช้บริการซ้ำ โดยแพ็คเกจที่ซื้อจะมีวันหมดอายุใช้งานภายในสองปี การลดราคานี้จะช่วยสร้างความสนใจและเพิ่มยอดขายในช่วงเวลาดังกล่าว

Process

ในกรณีที่ลูกค้าจอง ออนไลน์ หรือ การนัด:

การจองบริการ: ลูกค้าสามารถจองบริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ระบบออนไลน์ หรือ การโทรศัพท์ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกเวลาที่ต้องการเข้ารับบริการได้สะดวกตามความต้องการ

เช็คอินที่แผนกต้อนรับ: เมื่อลูกค้ามาถึงสถานที่ พนักงานจะทำการเช็คอินให้โดยละเอียดและช่วยตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับการบริการ หากลูกค้าเลือกบริการที่เกี่ยวข้องกับจักระ เช่น การปรับสมดุลจักระ พนักงานจะทำการประเมินสมดุลจักระด้วยเครื่อง Bio Well ก่อนที่จะเริ่มบริการ เพื่อให้การบำบัดที่ตรงกับความต้องการของแต่ละคน

การเปลี่ยนเสื้อผ้า: ลูกค้าจะได้รับห้องล็อกเกอร์ส่วนตัวเพื่อเปลี่ยนเสื้อผ้าให้พร้อมสำหรับการเข้ารับบริการ เช่น การใส่ชุดสปาหรือผ้าเช็ดตัวตามที่ร้านจัดเตรียมไว้

การเข้ารับบริการ: หลังจากเตรียมตัวเสร็จ ลูกค้าจะเข้ารับบริการที่จองไว้ เช่น การแช่ ออนเซ็น การนวด Aromatic Bliss with Crystal Alignment โดยแต่ละบริการจะมีพนักงานผู้เชี่ยวชาญคอยให้บริการตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและได้รับการบำบัดที่ดีที่สุด

การผ่อนคลายหลังบริการ: หลังจากจบบริการเสร็จสิ้น ลูกค้าจะถูกเชิญไปยังพื้นที่ผ่อนคลายเพิ่มเติมซึ่งจะมีเครื่องดัมสมุนไพรมอบเพื่อช่วยให้ร่างกายสดชื่น และบริการตรวจวิเคราะห์พลังงานจักระโดยใช้เครื่อง Bio-Well เพื่อประเมินสภาวะพลังงานในร่างกายของลูกค้าหลังได้รับการบำบัดและให้ลูกค้ามีเวลาในการฟื้นฟูหลังจากการบำบัด

การชำระเงินและขอความคิดเห็น: หลังจากเสร็จสิ้นการบริการ ลูกค้าจะทำการชำระเงิน ซึ่งสามารถชำระผ่านระบบออนไลน์หรือชำระเงินสดได้ตามสะดวก นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการขอความคิดเห็นจากลูกค้าเกี่ยวกับบริการ เพื่อให้คำติชมนี้ถูกนำไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของการบริการในอนาคต

ในกรณีที่ลูกค้าจอง Group session Soudbath:

การจองบริการ: ลูกค้าสามารถจองบริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ระบบออนไลน์ หรือ การโทรศัพท์ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกเวลาที่ต้องการเข้ารับบริการได้สะดวกตามความต้องการ

เช็คอินที่แผนกต้อนรับ: เมื่อถึงวันและเวลาที่นัดหมาย ลูกค้าน่าจะมาเช็คอินที่แผนกต้อนรับ พนักงานจะทำการต้อนรับและตรวจสอบข้อมูลการจอง

การแนะนำขั้นตอนการบริการ: เมื่อลูกค้ามาครบตามจำนวนคนที่จำกัดไว้ พนักงานจะอธิบายขั้นตอนการเข้ารับบริการ Sound Bath ซึ่งเป็นการบำบัดด้วยเสียงที่ช่วยในการผ่อนคลายจิตใจและร่างกาย การให้คำแนะนำก่อนเข้ารับบริการนี้จะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจประโยชน์และวิธีการทำงานของเสียงที่ใช้ในการบำบัดได้อย่างชัดเจน

การเข้ารับบริการ: ลูกค้าจะถูกนำเข้าสู่ห้องที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับการทำ Sound Bath ซึ่งเป็นการบำบัดด้วยเสียงโดยผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์จักระที่ทาง **chakra oasis** จะเชิญมา ที่ช่วยสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย การบำบัดด้วยเสียงจะดำเนินไปในห้องที่มีการใช้เครื่องเสียงที่ปรับแต่งมาอย่างเหมาะสมเพื่อให้การสั่นสะเทือนของเสียงส่งผลดีต่อการบำบัดร่างกายและจิตใจ

การผ่อนคลายหลังบริการ: หลังจากทีบริการเสร็จสิ้น ลูกค้าจะถูกเชิญไปยังพื้นที่ผ่อนคลายเพิ่มเติม ซึ่งจะมีเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อช่วยให้ร่างกายสดชื่นและบริการตรวจวิเคราะห์พลังงานจักระโดยใช้เครื่อง Bio-Well เพื่อประเมินสถานะพลังงานในร่างกายของลูกค้าหลังได้รับการบำบัด ให้ลูกค้ามีเวลาในการฟื้นฟูหลังจากการบำบัด

การชำระเงินและขอความคิดเห็น: หลังจากเสร็จสิ้นการบริการ ลูกค้าจะทำการชำระเงิน ซึ่งสามารถชำระผ่านระบบออนไลน์หรือชำระเงินสดได้ตามสะดวก นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีการขอความคิดเห็นจากลูกค้าเกี่ยวกับบริการ เพื่อให้คำติชมนี้ถูกนำไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของการบริการในอนาคต

Physical Evidence



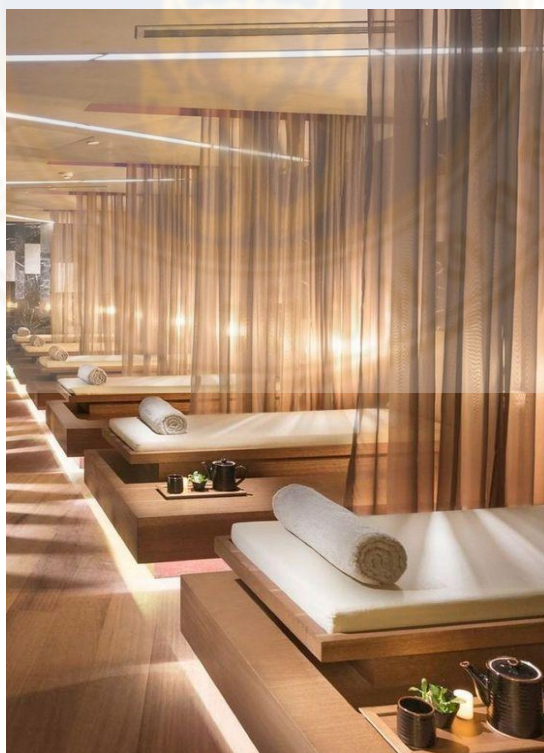
ภาพที่ 4.19 ห้องแผนกต้อนรับ (รูปภาพ Perspective นี้ สร้างสรรค์โดยผู้จัดทำ)



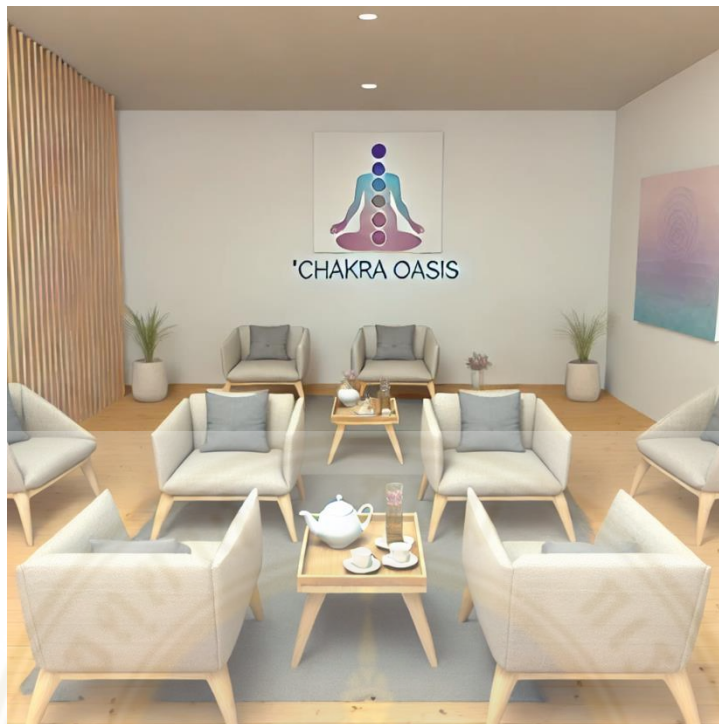
ภาพที่ 4.20 ห้องบำบัด Sound Bath (รูปภาพ Perspective นี้ สร้างสรรค์โดยผู้จัดทำ)



ภาพที่ 4.21 ห้องออนเซ็นและห้องนวดส่วนตัว (รูปภาพ Perspective นี้ สร้างสรรค์โดยผู้จัดทำ)



ภาพที่ 4.22 ห้องนวดตัว, นวดบ่าไหล่, นวดเท้า (รูปภาพ Perspective นี้ สร้างสรรค์โดยผู้จัดทำ)



ภาพที่ 4.23 ห้องพักผ่อน (รูปภาพ Perspective นี้ สร้างสรรค์โดยผู้จัดทำ)

People:

Recruiting

- มีใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข เช่น โรงเรียนสอนนวดไทย
- ทีมงานควรมีความเป็นมิตร มีความเข้าใจในความรู้สึกลูกค้า และมีทักษะการ

สื่อสารที่สอดคล้อง

- พนักงานต้องมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาทักษะของตนเองอย่างต่อเนื่อง
- มีประสบการณ์การทำงานในสายงานนี้อย่างน้อย 1-2 ปี

Training

- การฝึกอบรมเบื้องต้นในเรื่องคอนเซ็ปของร้าน Chakra Oasis
- การฝึกอบรมเฉพาะด้านบำบัดด้วยจักระ
- การฝึกอบรมด้านบริการลูกค้า
- ทักษะเสริม เช่น ภาษาอังกฤษ
- การทำงานเป็นทีม

4.2.4 Business Strategy

กลยุทธ์ความแตกต่าง:

- การสร้างความแตกต่างในการให้บริการ: สิ่งสำคัญคือการมอบประสบการณ์ที่พิเศษให้กับลูกค้า โดยเน้นการบริการให้สอดคล้องกับการปรับสมดุลจักระ ลูกค้าจะรู้สึกถึงความแตกต่างของบรรยากาศและประสบการณ์ที่ได้รับตั้งแต่ก้าวเข้าสู่สถานที่
- การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เครื่องมือวัดพลังงานจักระด้วยเครื่อง bio well ก่อนและหลังการบำบัด จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าบริการของ Chakra Oasis ไม่เหมือนกับที่อื่นๆ

กลยุทธ์การรักษาลูกค้า:

- การสร้างโปรแกรมสะสมแต้ม: ลูกค้าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการสะสมแต้มและรับรางวัล เช่น ผ่านโปรแกรม Line Reward Card ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และรู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่าจากการเลือกใช้บริการที่ Chakra Oasis
- การดูแลลูกค้าหลังการบริการ: ลูกค้าที่เข้ารับบริการจะได้รับคำแนะนำต่อเนื่องเกี่ยวกับวิธีการผ่อนคลายเพิ่มเติมที่บ้าน เช่น เทคนิคการทำสมาธิหรือการใช้สมุนไพรที่เหมาะสม ซึ่งส่งข้อมูลผ่านช่องทาง Line Official ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีการดูแลต่อเนื่องหลังจากบริการเสร็จสิ้น

กลยุทธ์พันธมิตร:

- การร่วมมือกับธุรกิจอื่น: สร้างพันธมิตรกับธุรกิจอื่นๆ เช่น โรงแรมหรูหรือศูนย์สุขภาพ เพื่อมอบแพ็คเกจบริการที่ครบวงจร ลูกค้าที่พักในโรงแรมพันธมิตรจะสามารถใช้บริการของ Chakra Oasis ได้ในราคาพิเศษ หรือผ่านโปรแกรมส่งเสริมการตลาดร่วมกัน

กลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด

วัตถุประสงค์ทางการตลาด

- วัตถุประสงค์ระยะสั้น (1 ปี) เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับ "Chakra Oasis" ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นที่การเพิ่มการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) และกระตุ้นให้ผู้คนมาทดลองใช้บริการ เพื่อสร้างการบอกต่อ (Word of Mouth) อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังต้องทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงแบรนด์ได้ในช่องทางที่สะดวกสำหรับพวกเขา รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วม

ร่วม (Customer Engagement) ผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างรายได้และกำไรที่เพียงพอในการดำเนินงาน รวมถึงมีเงินทุนสำหรับการขยายกิจการในอนาคต

- **วัตถุประสงค์ระยะกลาง (3-5 ปี)** เสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Image) ของแบรนด์ที่ได้วางแผนไว้ โดยมุ่งหวังที่จะส่งเสริมการขยายสาขาของบริษัทในอนาคต

4.2.5 Marketing Strategy:

Social Media Content เน้นการใช้แพลตฟอร์มยอดนิยมอย่าง **TikTok Facebook และ Instagram** ในการเผยแพร่เนื้อหาที่ให้ความรู้และสร้างความสนใจในเรื่องการบำบัดจักระและออร่า โดยเนื้อหาที่จะโพสต์ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับการบำบัดด้วยจักระ เช่น "What is chakra?" ที่จะอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจจักระแต่ละจุด และประโยชน์ของการบำบัดเพื่อช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตและร่างกาย

นอกจากนี้ ยังมีการใช้ ภาพถ่ายสถานที่ที่สวยงาม และภาพจากการตกแต่งภายในของ Chakra Oasis เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในเรื่องการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี การนำเสนอภาพที่ดึงดูดสายตาและให้ความรู้ลึกซึ้งจะช่วยให้ลูกค้าสัมผัสถึงประสบการณ์ที่พวกเขาจะได้รับจากการใช้บริการของ Chakra Oasis



Chakra Oasis Spa and Onsen

ปลดปล่อยความเมื่อยล้า ฟินฟูฟ่องชีวิตของคุณที่ Chakra Oasis ✨
สัมผัสประสบการณ์การบำบัดแบบองค์รวมผ่านศาสตร์จักระ ผสานการเชื่อมเซ็นส่วนตัว การนวดไทย และ พลังบำบัดจากคริสตัล ✨
บริการของเรา:

- เชื่อมเซ็นส่วนตัว
- นวดไทยและนวดน้ำมันหอมระเหย
- บำบัดด้วยคริสตัล
- Sound Bath Group workshop

"Revitalize Your Senses - ฟินฟูฟ่องชีวิตสัมผัสทั้ง 5 ด้วยการบำบัดที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับคุณ"

#ChakraOasisSpa #สปาบำบัดจักระ #ออนเซ็นกรุงเทพ #SoundBathTherapy #คริสตัลบำบัด #นวดบำบัด #SpaThailand #WellnessBangkok #ChakraHealing #SelfCare #SpaDay #OnsenThailand

ช่องทางการติดต่อ:

- Line Official: @chakraoasis
- โทร: 09-000-0000
- ที่ตั้ง: The เวิร์ด ซอยมัสทิง รามคำแหง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ
- Facebook: Chakra Oasis - Spa & Onsen
- Instagram: @chakraoasis.spa

เปิดให้บริการทุกวัน 10:00-22:00 น.
จองล่วงหน้าเพื่อประสบการณ์ที่ดีที่สุด ✨

Chakra oasis spa and onsen

Revitalize Your Senses

Immerse Yourself in Our Restorative Chakra Experiences

Our Service:

- การเชื่อมเซ็นส่วนตัว
- การนวดไทยและการใช้น้ำมันหอมระเหย
- การบำบัดด้วยคริสตัล
- Sound Bath Group workshop

BOOK NOW

@Chakraoasis

ภาพที่ 4.24 ภาพตัวอย่างโพสต์Facebook



Chakra Oasis Spa and Onsen

ผ่อนคลายด้วยการนวดที่ผสมผสานการบำบัดแบบองค์รวม ที่ Chakra Oasis ✨
สัมผัสประสบการณ์การนวดที่ผสมผสานศาสตร์จักระ เพื่อการผ่อนคลายที่ลึกซึ้งกว่า

แพ็คเกจที่ใช้สำหรับคุณ:

- Onsen Serenity with Crystal Harmony (60 นาที) - 990 บาท
- Aromatic Bliss with Crystal Alignment (90 นาที) - 1,500 บาท
- Thai Traditional Aroma Massage (60 นาที) - 450 บาท

มอบประสบการณ์การผ่อนคลายที่เหนือระดับ ด้วยการผสมผสานการนวดและพลังบำบัดจากคริสตัล ✨ ✨ ✨

#ChakraOasisSpa #นวดสปา #นวดผ่อนคลาย #นวดไทย #สปากรุงเทพ #นวดบำบัด #CrystalHealing #ThaiMassage #AromaticMassage #OnsenThailand #SpaThailand #Wellness #RelaxingMassage

ช่องทางการติดต่อ:

- Line: @chakraoasis
- ที่ตั้ง: The เวิร์ด ซอยมัสทิง รามคำแหง
- เปิดบริการทุกวัน 10:00-22:00 น.
- โทรจองล่วงหน้าเพื่อประสบการณ์ที่ดีที่สุด

พิเศษ! จองผ่าน Line Official รับส่วนลดทันที 10% สำหรับการใช้บริการครั้งแรก ✨
แอดไลน์ @chakraoasis

CHAKRA OASIS SPA AND ONSEN

MASSAGE & SPA



ONSEN SERENITY WITH CRYSTAL HARMONY เวลา 60 นาที 990.-	AROMATIC BLISS WITH CRYSTAL ALIGNMENT เวลา 90 นาที 1,500.-	THAI TRADITIONAL AROMA MASSAGE เวลา 60 นาที 450.-
--	--	---

@Chakraoasis

ภาพที่ 4.25 ภาพตัวอย่างโพสต์Facebook

Line Official เป็นหนึ่งในช่องทางที่ลูกค้าสามารถนัดจองการรักษา ติดต่อสื่อสาร สอบถาม และรับทราบข้อมูลและโปรโมชั่นของบริษัทโดยช่องทางนี้จะมุ่งเน้นไปยังลูกค้าใหม่ และเก่า เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าให้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.26 ภาพโปรไฟล์ Line Official

Customer Testimonials and Stories

- เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อถือและกระตุ้นความสนใจของลูกค้าใหม่ โดยเนื้อหาที่มาจาก ประสบการณ์จริงของลูกค้า ที่เคยใช้บริการบำบัดจักระและออนเซ็นจะถูกนำมาแบ่งปันผ่าน Social Media เช่น รีวิวจาก Facebook, Instagram, และ TikTok เพื่อให้เห็นผลลัพธ์ที่ดี และประสบการณ์ที่น่าประทับใจจากลูกค้าจริง

การที่ลูกค้าใหม่เห็นรีวิวเหล่านี้จะช่วยให้พวกเขารู้สึกมั่นใจในบริการของ Chakra Oasis มากขึ้น และกระตุ้นให้พวกเขาสนใจลองใช้บริการ นอกจากนี้ การแชร์ประสบการณ์เชิงบวกที่ได้รับจากลูกค้าจริง ยังช่วยสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์และทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนี้ใส่ใจและให้บริการที่ได้อย่างแท้จริง

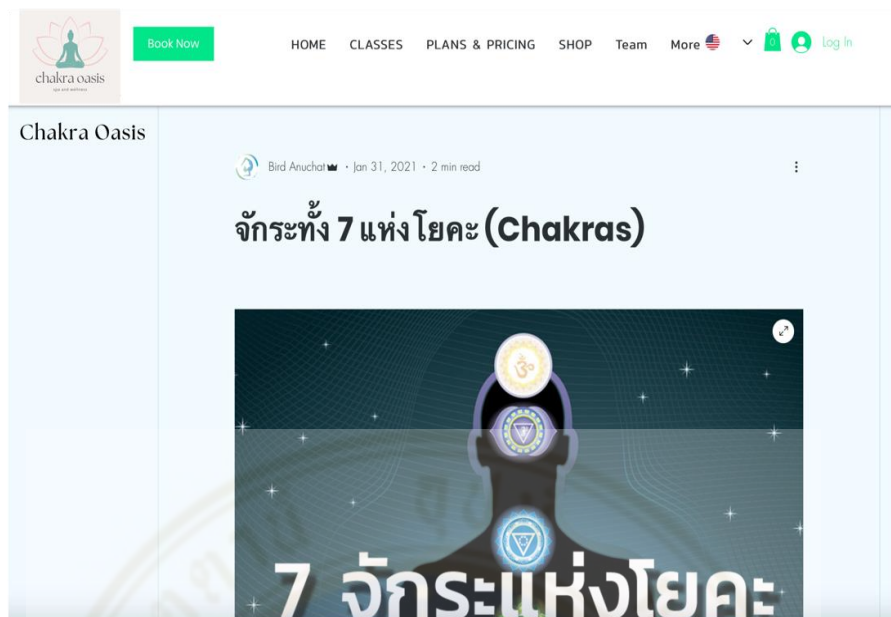


ภาพที่ 4.27 ภาพตัวอย่างการรีวิวจากลูกค้า

Blog Posts:

- การใช้ Blog Posts เพื่อให้ความรู้และเชื่อมโยงกับลูกค้าที่สนใจการบำบัดและการดูแลสุขภาพผ่าน จักระและออนเซ็น โดยเนื้อหาในบล็อกจะอธิบายถึงหลักการทำงานของจักระ ประโยชน์จากการบำบัด รวมถึงวิธีการที่ออนเซ็นสามารถช่วยผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจได้

การใช้บล็อกเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อถือ และ สร้างความเข้าใจ ให้กับลูกค้าใหม่ที่อาจยังไม่คุ้นเคยกับจักระ บล็อกจะช่วยให้ลูกค้าเห็นภาพรวมของการบริการที่ Chakra Oasis นำเสนอ รวมถึงวิธีการบำบัดที่สามารถช่วยให้ลูกค้ามีสุขภาพดีขึ้น บทความเหล่านี้จะถูกนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและดึงดูดความสนใจ



ภาพที่ 4.28 ภาพตัวอย่างการลง Blog post

Influencer:

การใช้ **Influencers** บนโซเชียลมีเดีย เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยดึงดูดความสนใจจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 30 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และมีปัญหาด้านการเหนื่อยล้าหรือความเครียดจากการทำงาน **Influencers** ที่เลือกใช้ในแคมเปญนี้เป็นผู้ที่มีความเชื่อมโยงกับ การดูแลสุขภาพ การทำกิจกรรมผ่อนคลาย และมีฐานผู้ติดตามที่สนใจในไลฟ์สไตล์เชิงสุขภาพ เช่น im_papam, Yammie15friends และ bententnn (ทางผู้จัดทำวิจัยได้ทำการแนบลิงก์อ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับช่องทาง TikTok ไว้ในส่วนบรรณานุกรมของรายงาน)เป็นตัวอย่างของ **Influencers** ที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับสปา การดูแลตัวเอง และการท่องเที่ยวผ่อนคลาย ซึ่งเหมาะสมกับการนำเสนอบริการของ Chakra Oasis ที่เน้นการบำบัดด้วยจกระและออนเซ็น การเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์นี้จะช่วยสร้างความน่าสนใจและเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ให้มาสนใจใช้บริการ

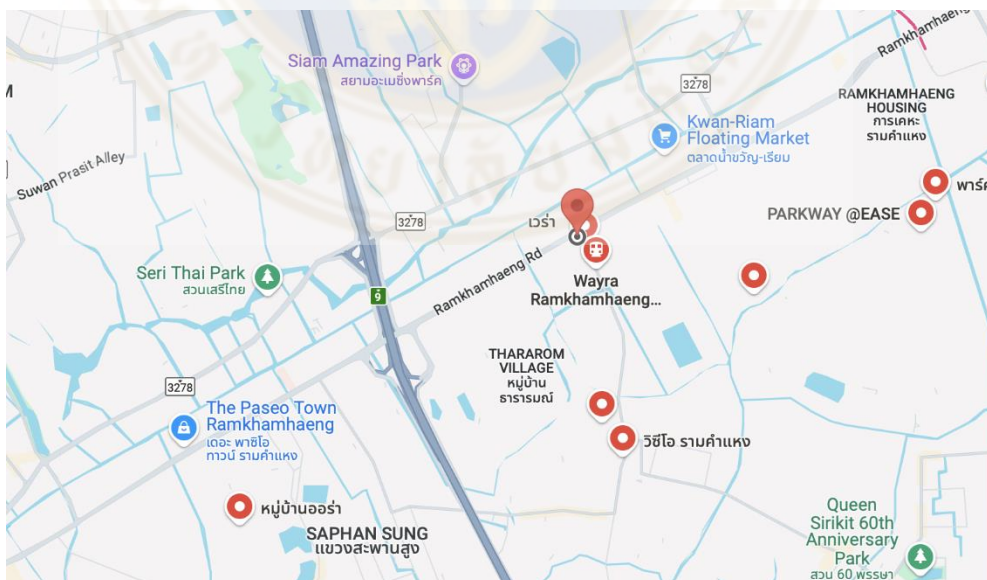
บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

5.1 แผนดำเนินการในช่วงการจัดตั้งกิจการ

Chakra Oasis คลินิกบำบัดด้วยศาสตร์จักระสำหรับการฟื้นฟูสุขภาพทั้งกายและจิตใจ มุ่งเน้นการรักษาความเครียดและความไม่สมดุลที่เกิดจากการทำงานในออฟฟิศ และการฟื้นฟูจากอาการบาดเจ็บของร่างกายที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันที่หนักหน่วง โดยทำเลที่ตั้งอยู่ในโครงการเวร่า ซอยมิสทิน ซึ่งอยู่บนถนนรามคำแหง เป็นทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง ทั้งการใช้รถยนต์ส่วนตัวและรถขนส่งสาธารณะ (ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีส้ม สถานีราษฎร์พัฒนา)

พื้นที่บริเวณนี้รายล้อมไปด้วยชุมชนที่อยู่อาศัยระดับกลางและย่านการค้า ทำให้มีความต้องการบริการบำบัดที่เน้นการฟื้นฟูพลังงานทั้งกายและใจเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังใกล้กับโรงพยาบาล ทำให้มีโอกาสที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งจากชุมชนและบริษัทใกล้เคียง โดยคลินิก Chakra Oasis ของเรานั้นการให้บริการบำบัดแบบองค์รวมที่สอดคล้องกับพลังงานจักระของลูกค้าแต่ละราย ด้วยการใช้นวัตกรรม Bio-Well เพื่อตรวจสอบพลังงานจักระ และการบำบัดด้วยน้ำมันหอมระเหย คริสตัล และเสียงบำบัด



ภาพที่ 5.1 แสดงแผนที่ตั้งโครงการ เวร่า ซอยมิสทิน



ภาพที่ 5.2 แสดงแผนที่ตั้งภายนอกตัวอาคาร



ภาพที่ 5.3 แสดงพื้นที่จอดรถของโครงการ



ภาพที่ 5.4 แสดงแผนที่ตั้งภายนอกตัวอาคาร

การออกแบบร้านในสไตล์ Minimalism ที่เน้นความเรียบง่าย คลีน และสบายตา โดย
การตกแต่งภายในจะใช้ของตกแต่งที่สอดคล้องกับแนวคิดของศาสตร์จักระแต่ละจุด

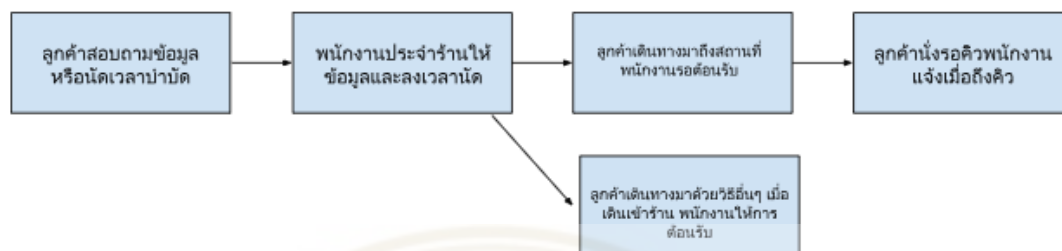
มีโลโก้และชื่อบริษัทที่เห็นได้ชัดเจนทั้งภายในและภายนอก และจะใช้สีเขียวมินต์ สี
ชมพูอ่อน และสีขาว ซึ่งเป็นสีที่สะท้อนถึงแบรนด์ของ Chakra Oasis เป็นธีมหลักในการตกแต่ง

ภายในร้านมีการใช้กลิ่นน้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรที่เป็นกลิ่นเฉพาะที่สอดคล้อง
กับจักระ พร้อมบริการด้วยเครื่องดื่มน้ำมันและการเปิดเสียงโทนผ่อนคลายคล้อยคลอ รวมถึงการ
บริการสปา เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายทั้งรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

บรรยากาศร้าน จะถูกเติมเต็มด้วยการใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้และผ้าลินิน ที่ให้
ความรู้สึกอบอุ่น พร้อมด้วยต้นไม้สีเขียวที่ประดับอยู่ตามจุดต่าง ๆ ภายในร้าน เพื่อเชื่อมโยงกับ
พลังงานที่สดชื่นและบริสุทธิ์

5.2 ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า

5.2.1 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ



ภาพที่ 5.5 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนที่ลูกค้าจะทำการบำบัด



ภาพที่ 5.6 ขั้นตอนการเก็บข้อมูลผู้ป่วย

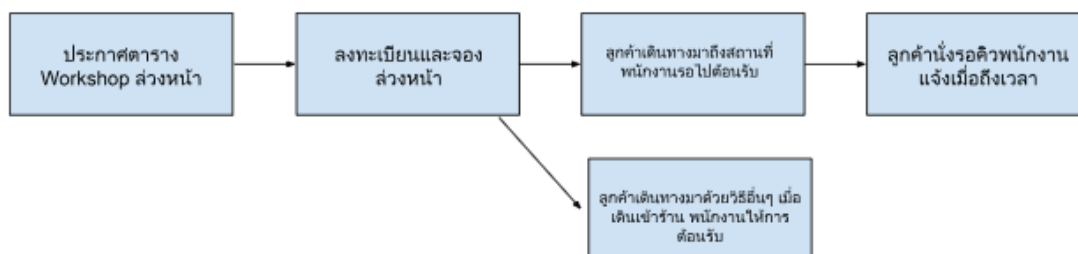
5.2.2 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่ผู้ป่วยทำการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ



ภาพที่ 5.7 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่ผู้ป่วยทำการบำบัดด้วยศาสตร์จักระ

5.2.3 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนที่มี workshop sound bath จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตรจักระ

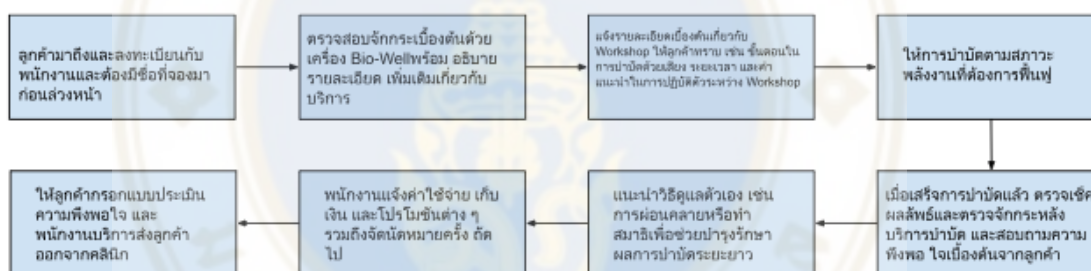
ศาสตรจักระ



ภาพที่ 5.8 ขั้นตอนการทำงานช่วงก่อนที่มี workshop sound bath จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตรจักระ

5.2.4 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่บำบัด workshop sound bath จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตรจักระ

ศาสตรจักระ



ภาพที่ 5.9 ขั้นตอนการทำงานช่วงที่บำบัด workshop sound bath จากผู้เชี่ยวชาญด้านศาสตรจักระ

5.3 มาตรการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลในการให้บริการ Sound Bath Group Session

เนื่องจาก Sound Bath Group Session เป็นการบำบัดที่ลูกค้าหลายคนเข้าร่วมพร้อมกัน ซึ่งอาจมีการแบ่งปันประสบการณ์หรือแสดงอารมณ์ออกมาในระหว่างเซสชัน เพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวและป้องกันการเปิดเผยข้อมูลของลูกค้ารายอื่น Chakra Oasis กำหนดให้ลูกค้าทุกคนเซ็นเอกสารข้อตกลง (Non-Disclosure Agreement - NDA) ก่อนเข้าร่วมเซสชัน

รายละเอียดของข้อตกลงประกอบด้วย:

1. การรักษาความลับของผู้อื่น – ลูกค้าต้องไม่เปิดเผยรายละเอียดของผู้อื่นที่เข้าร่วมเซสชันเดียวกัน เช่น ชื่อ อาการ หรือประสบการณ์ที่แบ่งปัน
2. ข้อจำกัดในการบันทึกภาพและเสียง – ห้ามบันทึกภาพ วิดีโอ หรือเสียงระหว่างเซสชันโดยเด็ดขาด
3. การเคารพพื้นที่ส่วนตัว – ทุกคนต้องเคารพซึ่งกันและกัน และหลีกเลี่ยงการพูดถึงหรือวิเคราะห์ข้อมูลของบุคคลอื่นภายนอกคลาส
4. การยินยอมในการเข้าร่วม – ลูกค้ารับทราบว่าการบำบัดเป็นไปเพื่อความผ่อนคลาย และไม่มีผลทางการแพทย์

นอกจากนี้ Chakra Oasis มีมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า โดยข้อมูลที่บันทึกจากการเข้าร่วมเซสชัน (หากมี) จะถูกเก็บไว้ในระบบที่ปลอดภัยตามมาตรฐาน **PDPA (Personal Data Protection Act)** และจะไม่ถูกเปิดเผยโดยไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า

5.4 จุดวิกฤติของกระบวนการให้บริการ (Critical Point)

บริษัทเล็งเห็นว่าจุดวิกฤติที่อาจกระทบต่อการให้บริการคือช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องรอต่อคิว โดยเฉพาะเมื่อพนักงานมีจำนวนน้อยและมีลูกค้า Walk-in เข้ามา บริษัทมีมาตรการรับมือดังนี้:

1. เมื่อมีลูกค้ารอคิวมากกว่า 1 คิว พนักงานจะขอเบอร์ติดต่อของลูกค้า เพื่อสามารถติดต่อกลับในกรณีที่ลูกค้ารอไม่ไหว
2. หากลูกค้าต้องรอเกิน 40 นาที บริษัทจะให้ส่วนลดค่ากาแฟมูลค่า 20 บาท เพื่อให้ลูกค้าสามารถไปทานกาแฟที่ร้านใกล้เคียงระหว่างรอรับบริการ

5.5 มาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย

เพื่อแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และความเป็นมืออาชีพในการให้บริการมี Physical Evidence ในจุดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้:

1. การจัดการขยะ มีการแยกขยะทั่วไป
2. ถุงมือและอุปกรณ์ปลอดเชื้อก่อนการให้บริการบำบัด พนักงานจะล้างมือและฉีดสเปรย์แอลกอฮอล์เพื่อความสะอาดหรืออุปกรณ์ที่ถูกจัดเตรียมและฆ่าเชื้ออย่างเหมาะสม

3. มีการเปลี่ยนผ้าคลุมและผ้าปูที่นอนสำหรับเตียงบำบัดและหมอนใหม่ทุกครั้ง
4. อุปกรณ์ทุกชนิด เช่น คริสตัลโบว์ล และเครื่องมือ Bio-Well จะถูกทำความสะอาดและฉีดแอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อทั้งก่อนและหลังการใช้งานทุกครั้ง
5. ใบอนุญาตให้บริการและเอกสารการรับรองใบอนุญาตเปิดให้บริการบำบัดด้านสุขภาพและเอกสารรับรองจากผู้เชี่ยวชาญจะติดตั้งไว้ในสถานที่ที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในมาตรฐานการให้บริการ

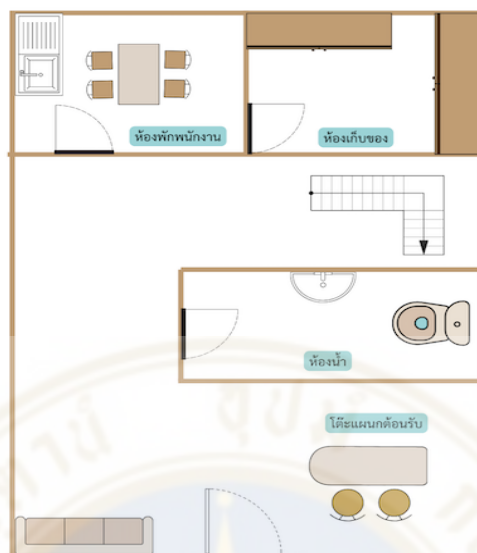
5.6 สถานที่และแผนผัง

ภายในร้าน Chakra Oasis แบ่งออกเป็นโซนต่างๆ ดังนี้:

ชั้นที่ 1 แบ่งเป็นโซนรับแขก ซึ่งเป็นพื้นที่ให้การต้อนรับลูกค้าและให้คำแนะนำเกี่ยวกับโปรแกรมของร้านพร้อมบริการตรวจจักกระด้วยเครื่อง Bio-Well พร้อมเสิร์ฟเครื่องดื่ม โซนจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปา และโซนห้องพักผ่อนจำนวน 1 ห้อง ห้องเก็บอุปกรณ์ เช่น น้ำมันหอมระเหย, แชมพู, ยาสระผม ผ้าขนหนู จำนวน 1 ห้อง รวมทั้งมีห้องน้ำให้บริการจำนวน 1 ห้อง ดังภาพที่

5.10

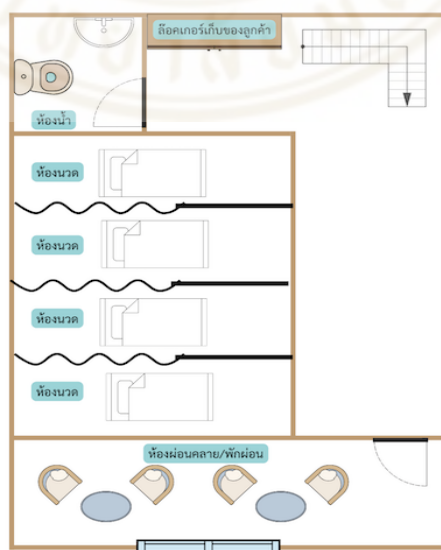
Floor 1



ภาพที่ 5.10 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 1

ชั้นที่ 2 ห้องนอนจำนวน 4 ห้อง, โซนพักผ่อน/พักผ่อน ประกอบด้วยเก้าอี้ที่นั่งสบาย ๆ ที่จัดวางไว้เพื่อรองรับลูกค้าหลังจากการบำบัด ให้ลูกค้าได้พักผ่อนและดื่มด่ำกับความเงียบสงบ พร้อมกับการเสิร์ฟเครื่องดื่มสมุนไพรและ ห้องน้ำ บริเวณ 1 ห้องของชั้น 2 ดังภาพที่ 5.11

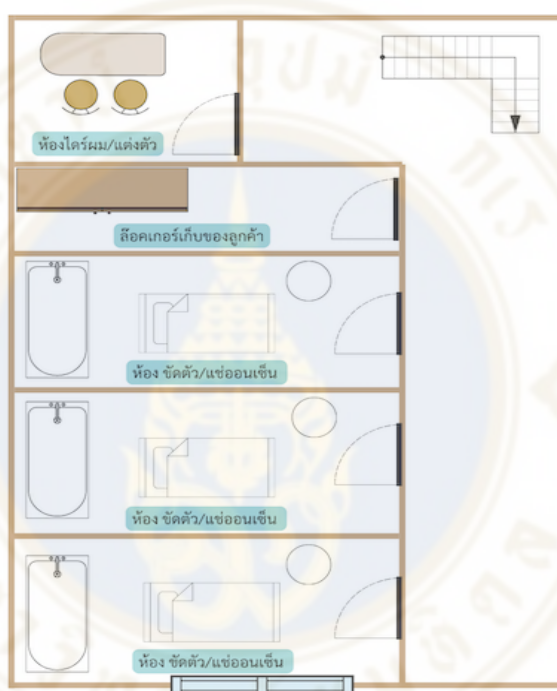
Floor 2



ภาพที่ 5.11 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 2

ชั้นที่ 3 มี ห้องจัดตัว/แช่ออนเซ็น จำนวน 3 ห้อง แต่ละห้องมาพร้อมกับอ่างอาบน้ำส่วนตัว เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์การบำบัดและการฟื้นฟูร่างกายอย่างเต็มที่ โดยแต่ละห้องจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สนุ้, ยาสระผม, ครีมนวด, โลชั่นบำรุงผิวจากสมุนไพร และผ้าขนหนู ห้องไคโรรม/แต่งตัว อยู่บริเวณด้านใน พร้อมกระจกสำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการหลังจากการบำบัดหรือแช่ออนเซ็น ล็อกเกอร์เก็บของลูกค้า จัดวางไว้อย่างเรียบร้อยและปลอดภัยสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังภาพที่ 5.12

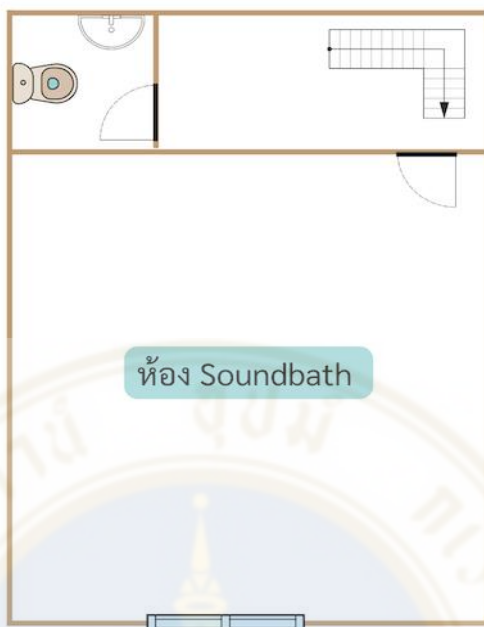
Floor 3



ภาพที่ 5.12 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 3

ชั้นที่ 4 ห้อง Sound Bath ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับการบำบัดด้วยเสียงในลักษณะของการจัดเป็นกลุ่ม (Group Session) การจัด Workshop จะเชิญอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้าน Sound Bath และศาสตร์การบำบัดด้วยเสียงมานำกลุ่มผู้เข้าร่วมในแต่ละครั้ง โดยจะเน้นการใช้ เครื่องดนตรีอย่าง คริสตัลโบว์ล และเครื่องดนตรีที่ให้เสียงในระดับความถี่ที่เหมาะสมกับการปรับสมดุลของพลังงานในร่างกาย การบำบัดด้วยเสียงจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมสัมผัสถึงพลังงานที่ผ่อนคลาย ลดความเครียด และช่วยฟื้นฟูสมดุลของจักระ

Floor 4



ภาพที่ 5.13 แผนผังการออกแบบพื้นที่ชั้นที่ 4

5.7 บทวิเคราะห์และระบุประเภททรัพยากรที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนธุรกิจ

ช่วงก่อนการเปิดให้บริการ มีระยะเวลาเตรียมการประมาณ 4 เดือน โดยต้องดำเนินการเตรียมความพร้อมในหลายด้าน ทั้งทางด้านสถานที่ บุคลากร และทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน โดยขั้นตอนสำคัญในระยะนี้คือการยื่นขอใบอนุญาตเพื่อเปิดดำเนินการธุรกิจบำบัดด้วยศาสตร์จักระ ซึ่งจะต้องทำการยื่นขอ ใบอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาลและ ใบอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล ที่สำนักงานสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข

- ใบอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล ต้องต่ออายุทุก 2 ปี
- ใบอนุญาตประกอบกิจการสถานพยาบาล ต้องต่ออายุทุก 10 ปี

5.8 วัตถุประสงค์การจัดการทรัพยากรบุคคล

1. เพื่อรักษาบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพยากรของธุรกิจให้ทำงานอยู่กับบริษัทในระยะยาว ด้วยการให้สวัสดิการ ผลตอบแทนที่น่าพอใจโดยใช้วิธีแบ่งปันรายได้
2. เพื่อกำหนดหน้าที่การทำงาน และโครงสร้างสายงานของการทำงานของพนักงาน แต่ ละคนเพื่อให้สามารถทำงานต่างๆ ในหน้าที่ของตนได้อย่างชัดเจน

5.9 การจัดหาบุคลากร

- พนักงานต้องมีใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข เช่น โรงเรียนสอนนวดไทย เพื่อรับรองความสามารถในการให้บริการที่มีคุณภาพ
- ทีมงานควรมีความเป็นมิตร เข้าใจความรู้สึกของลูกค้า และมีทักษะการสื่อสารที่ขอดีเยี่ยม เพื่อสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นกันเอง
- พนักงานจะต้องมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาทักษะของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถให้บริการที่ทันสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า
- มีประสบการณ์การทำงานในสาขานวดหรือนวดสปาอย่างน้อย 1-2 ปี เพื่อให้มั่นใจในความเชี่ยวชาญในการให้บริการที่มีคุณภาพ

5.10 การคัดเลือกบุคลากร

ก่อนที่จะเริ่มทำงาน พนักงานจะต้องเข้าร่วมอบรมหลักสูตร ดังนี้

1. การฝึกอบรมเบื้องต้นในเรื่องคอนเซ็ปต์ของ Chakra Oasis
2. การฝึกอบรมเฉพาะด้านบำบัดด้วยจักระ
3. การฝึกอบรมด้านบริการลูกค้า
4. ทักษะเสริม เช่น ภาษาอังกฤษ
5. การทำงานเป็นทีม

5.11 แผนฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร

เพื่อการพัฒนาบุคลากรให้สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างเป็นมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข และเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร เนื่องจากการรักษา ด้านสุขภาพจำเป็นต้องมีวิธีปฏิบัติที่สร้างความประทับใจและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า จึง

จะต้องมีการจัดฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจในการให้บริการที่สอดคล้องกัน เพื่อให้พนักงานประจำคลินิกสามารถเข้าใจและให้ข้อมูลเบื้องต้นกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

นอกจากนี้ ยังจัดให้มีการฝึกอบรมในหัวข้อต่างๆ เช่น บุคลิกภาพ มารยาท และการให้บริการ การทำปฐมพยาบาลเบื้องต้น เป็นต้น โดยจะมีการจ้างบุคลากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ เข้ามาช่วยฝึกอบรม

รวมถึงการฝึกอบรมด้านเทคนิคเกี่ยวกับการรักษาการใช้ Crystal bowl และหินคริสตัล โดยผู้เชี่ยวชาญ และการใช้เครื่อง Bio Well จากบริษัทที่ผลิต โดยจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้และพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ทางคลินิกจะพิจารณาบุคลากรที่ไปอบรมให้มีความสอดคล้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของพวกเขา

5.12 ทรัพยากรบุคลากร

กำหนดตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งในองค์กร ดังนี้
บุคลากรภายใน

1. กรรมการผู้จัดการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- กำหนดกลยุทธ์และแผนดำเนินการขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว
- บริหารจัดการและแก้ไขปัญหาภาพรวมในองค์กร เพื่อให้สามารถดำเนินการตาม

แผนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- กำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนของบุคลากรในองค์กร
- คัดเลือกและวางแผนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร

2. พนักงานให้บริการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- คัดกรอง ตรวจประเมินอาการ วิเคราะห์ วินิจฉัย และหาวิธีการรักษาที่เหมาะสม อิง

จากผล BIO WELL

- ปฏิบัติการบำบัดต่าง ๆ เช่น การนวด Aromatherapy, การใช้คริสตัลบำบัด, การบำบัดด้วยเสียง (Sound Bath) และการแช่ออนเซ็น
- บันทึกและรวบรวมข้อมูลการรักษาและอาการของคนไข้

- ตรวจสอบและรักษาความสะอาดของอุปกรณ์บำบัด เช่น คริสตัล, เครื่องมือ Bio-Well, และเครื่องดนตรี Sound Bath เพื่อให้มั่นใจว่าอุปกรณ์มีความปลอดภัยและพร้อมใช้งานเสมอ

3. พนักงานธุรการ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ต้อนรับผู้ให้บริการทางหน้าร้าน บริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์และช่องทางออนไลน์ (Facebook, Line)
- ลงทะเบียนข้อมูลของผู้ใช้บริการ
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการเบื้องต้น ค่าใช้จ่าย และโปรโมชั่นแก่ผู้ให้บริการ
- จัดคิวผู้ให้บริการตามเวลาเปิดให้บริการของคลินิก และโทรนัดหมายแจ้งผู้ให้บริการก่อนถึงวันเวลาที่นัดหมาย
- ดูแลรายรับและรายจ่ายของคลินิก และบันทึกสรุปรายวัน
- ดูแลรักษาความสะอาดบริเวณพื้นที่ลอบบี้ของคลินิก

4. พนักงานทำความสะอาด

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ทำความสะอาดห้องบำบัดแต่ละห้อง รวมถึงอุปกรณ์บำบัด เช่น อ่างแช่ออนเซ็น เตียงนวด คริสตัล และพื้นที่ Sound Bath
- ดูแลและทำความสะอาดอุปกรณ์ เช่น Bio-Well, คริสตัล, และอุปกรณ์ Sound Bath รวมถึงเช็ดและจัดเรียงอุปกรณ์หลังจากการใช้งานเสร็จสิ้น
- ทำความสะอาดพื้นที่รอและต้อนรับลูกค้า จัดเตรียมเครื่องดื่มสมุนไพรและจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- จัดเตรียมผ้าขนหนูและผ้าคลุมที่สะอาดในแต่ละวัน รวมถึงซักและจัดเก็บให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ
- ทำความสะอาดห้องน้ำและเติมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สบู่ ยาสระผม โลชั่น

บุคลากรภายนอก

1. ผู้เชี่ยวชาญในด้านจักระ

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- ผู้เชี่ยวชาญจะให้คำแนะนำด้านการบำบัดจักระแก่ทีมงาน เพื่อให้การบำบัดสอดคล้องกับความต้องการและสภาวะพลังงานของลูกค้าแต่ละราย รวมถึงการแนะนำวิธีใช้คริสตัล น้ำมันหอมระเหย และการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมในการบำบัด
- ผู้เชี่ยวชาญจะจัด Sound Bath Session หรือ Workshop พิเศษ เดือนละครั้ง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์การบำบัดที่ลึกซึ้งขึ้น โดยจะใช้เครื่องดนตรีที่เหมาะสม เช่น คริสตัลโบว์ล เพื่อปรับสมดุลพลังงานในร่างกายของลูกค้า
- ฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ทีมงานในช่วงเริ่มต้น – ในช่วงเปิดกิจการ ผู้เชี่ยวชาญจะจัดการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับแนวทางการบำบัดจักระ เช่น การใช้อุปกรณ์ Bio-Well การเลือกใช้กลิ่นและคริสตัลที่เหมาะสมสำหรับแต่ละจักระ และการสร้างบรรยากาศที่ช่วยเสริมการบำบัด เพื่อให้ทีมงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีมาตรฐาน

5.13 ทรัพยากรสำหรับดำเนินการและบริหาร

แสดงทรัพยากรสินทรัพย์สำหรับนำมาใช้ในการดำเนินการ (Physical Resource)

ตารางที่ 5.1 แสดงรายการเครื่องมือทางการบำบัดและอุปกรณ์สำนักงาน

ลำดับที่	รายละเอียด	จำนวนชิ้น	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน
1	โต๊ะรับแขก	1	1,499	1,499
2	โต๊ะ	4	1,200	4,800
3	เก้าอี้	10	300	3,000
4	ตู้ locker	4	1,200	4,800
5	เตียงนวด	7	4,500	31,500
6	อ่าง Jacuzzi	3	18,000	54,000
7	ลำโพง	1	1,799	1,799
8	เครื่องวัดความดัน	1	1,620	1,620
9	เครื่อง Bio Well	1	110,000	110,000
10	คริสตัลบำบัด	4	1,970	7,880
11	Crystal bowl	2	30,000	60,000

ลำดับที่	รายละเอียด	จำนวนชิ้น	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน
12	ค่าอุปกรณ์สปา และเครื่องแต่งกาย	1	5,000	5,000
13	ค่าดำเนินการขอใบอนุญาต	1	3,000	3,000
14	ค่าออกแบบบลค่าก่อสร้าง	1	1,500,000	1,500,000
15	Ipad	1	25,000	25,000
16	โทรศัพท์มือถือ	1	7,000	7,000
17	คอมพิวเตอร์	1	15,000	15,000
18	เครื่องสแกนบัตรประชาชน	1	2,900	2,900
	รวมเงินการลงทุน (บาท)			1,838,798

บทที่ 6

แผนการจัดการ

6.1 โครงสร้างความเป็นเจ้าของ

Chakra Oasis คลินิกบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพด้วยศาสตร์จักระ มุ่งเน้นการฟื้นฟูสุขภาพทั้งกายและใจผ่านการปรับสมดุลพลังงานของจักระ โดยมีทุนจดทะเบียน 3,000,000 บาท จัดสรรหุ้นจำนวน 3,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 1,000 บาท นโยบายในช่วง 2 ปีแรกของการดำเนินธุรกิจ จะยังไม่มี การจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น เนื่องจากการเน้นลงทุนในการพัฒนาบริการและการสร้างชื่อเสียงของ Chakra Oasis ให้เป็นที่รู้จักในตลาดบำบัดพลังงานอย่างยั่งยืน สัดส่วนการลงทุนของผู้ก่อตั้งแสดงใน ตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

ลำดับที่	ชื่อร่วมทุน	จำนวนหุ้น	สัดส่วน	เงินลงทุน (บาท)
1	นางสาว ไชยวริญญ์ ผลเจริญ	2100	70%	2,100,000
2	นางสาว ชัญญานุช เทียบธรรม	900	30%	900,000
รวม		3000	100%	3,000,000

6.2 โครงสร้างองค์กร

Chakra Oasis ซึ่งเป็นคลินิกบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพด้วยศาสตร์จักระ ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ให้บริการบำบัดพลังงานแบบองค์รวม มีโครงสร้างองค์กรในรูปแบบ Flat Organization เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการจัดการภายในองค์กร โดยมีกรรมการผู้จัดการเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ขับเคลื่อน Chakra Oasis ให้เติบโตอย่างมั่นคง

ในฐานะที่ Chakra Oasis เป็นธุรกิจบริการด้านสุขภาพ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามหลักมาตรฐานทางวิชาชีพและคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ สิ่งสำคัญในธุรกิจบำบัดคือการจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะในการบริการ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้าง

ความประทับใจและการบริการที่มีคุณภาพ โดยแผนโครงสร้างองค์กรที่นำสู่การดำเนินงานของ Chakra Oasis ประกอบด้วย



ภาพที่ 6.1 แสดงแผนผังโครงสร้างองค์กรของคลินิกกายภาพบำบัด Chakra Oasis

6.3 โครงสร้างเงินเดือน

Chakra Oasis คลินิกบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพด้วยศาสตร์จักระ มีการจัดสรรทรัพยากรบุคคลในช่วงระยะเวลา 5 ปี ดังนี้:

ตารางที่ 6.2 แสดงอัตราค่าจ้างงานทรัพยากรบุคคล

ลำดับที่	ตำแหน่ง	อัตราเงินเดือน (บาท/เดือน)	จำนวน (คน)	รวมเงินเดือนต่อปี (บาท)
1	กรรมการผู้จัดการ	30000	1	360,000
2	พนักงานให้บริการ	15000	4	720,000
3	พนักงานธุรการ	15000	1	180,000
4	พนักงานทำความสะอาด	12000	1	144,000
รวม				1,404,000

Chakra Oasis ใช้ระบบผลตอบแทนแบบผสมผสานเพื่อให้พนักงานบริการมีรายได้ที่มั่นคงและมีแรงจูงใจในการให้บริการ โดยมี 2 ระบบหลัก ดังนี้:

1. ระบบฐานเงินเดือน

พนักงานบริการจะได้รับฐานเงินเดือน 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งทำหน้าที่เป็นรายได้ประจำเพื่อสร้างความมั่นใจว่าพนักงานจะมีรายได้คงที่แม้ในช่วงที่ถูกเข้ามาใช้บริการน้อย ฐานเงินเดือนส่วนนี้จะไม่มีการปรับขึ้นรายปี

2. รายได้จากการแบ่งค่าบริการ

พนักงานบริการจะได้รับส่วนแบ่งรายได้จากค่าบริการ โดยคิดเป็น 35% ของค่าบริการแต่ละครั้ง ซึ่งหากคำนวณจากค่าบริการ 650 บาทต่อครั้ง ดังนั้น ส่วนแบ่งที่พนักงานจะได้รับ ต่อครั้ง $= 650 \text{ บาท} \times 35\% = 228 \text{ บาท}$ และใช้เวลาเฉลี่ยในการให้บริการ 1 ชั่วโมงต่อการบำบัด 1 ครั้ง พนักงานบริการสามารถทำรายได้สูงสุดจากส่วนแบ่งนี้ได้ถึง 70,000 บาทต่อเดือน โดยต้องให้บริการเฉลี่ย 8 ชั่วโมงต่อวัน สมมติว่าพนักงานทำงาน 30 วัน จึงทำให้รายได้รวมสูงสุดต่อเดือนอยู่ที่ 54,720 บาท

3. ผู้บริหาร

ผู้บริหารของ Chakra Oasis จะได้รับเงินเดือน 30,000 บาทต่อเดือน โดยเงินเดือนนี้จะถูกพิจารณาควบคู่กับผลประกอบการของธุรกิจ ซึ่งอาจมีการปรับเพิ่มหรือลดตามสภาพเศรษฐกิจและสถานะทางการเงินของบริษัท โดยจะมีการปรับอัตราเงินเดือนเพิ่มขึ้นปีละ 5% ตั้งแต่ปีที่ 2 เป็นต้นไป

บทที่ 7

แผนการเงิน

7.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน

เนื่องจากการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทยังไม่มีการวางแผนทางการเงินที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างชัดเจน เช่น เป้าหมายในการขายที่ควรเป็นเท่าไร งบประมาณการใช้จ่ายต่างๆ และอื่นๆ ดังนั้นในการจัดทำแผนการเงินในครั้งนี้ บริษัทมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังนี้:

1. เข้าใจและเห็นภาพการดำเนินงานธุรกิจอย่างชัดเจน

- วางเป้าหมายรายได้รวมในปีที่ 1 ที่ประมาณ 4,474,000 บาท และเพิ่มขึ้นปีละ 6% ทำให้รายได้ในปีที่ 5 อยู่ที่ประมาณ 5,707,000 บาท

2. สร้างกำไรสุทธิที่ยั่งยืน

- ตั้งเป้ากำไรสุทธิ (Net Profit) ในปีที่ 1 ที่ 287,000 บาท และเพิ่มขึ้นเป็น 640,000 บาท ในปีที่ 5 โดยรักษามาร์จิ้นกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 6.4% ตลอดระยะเวลา 5 ปี

3. ควบคุมค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน

- ควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารให้ไม่เกิน 47% ของรายได้ และปรับงบประมาณด้านการตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น 5% ทุกปี

4. จุดคุ้มทุนที่ชัดเจน

- คำนวณจุดคุ้มทุน (Break-Even Point) ที่ต้องขายสินค้าให้ได้ประมาณ 270 ชิ้นต่อเดือน หรือ 3,240 ชิ้นต่อปี เพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนการดำเนินงานเดือนละ 176,289 บาท

5. สร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับนักลงทุน

- ตั้งเป้าผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) เฉลี่ย 24.81% และผลตอบแทนจากส่วนของเจ้าของ (ROE) เฉลี่ย 16.93% ในระยะเวลา 5 ปี

6. เตรียมพร้อมรับมือความเสี่ยงทางการเงิน

7.2 เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการ

งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 7.1 ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

ลำดับที่	รายละเอียด	จำนวนชิ้น	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน
1	โต๊ะรับแขก	1	1,499	1,499
2	โต๊ะ	4	1,200	4,800
3	เก้าอี้	10	300	3,000
4	ตู้ locker	4	1,200	4,800
5	เตียงนวด	7	4,500	31,500
6	อ่าง Jacuzzi	3	18,000	54,000
7	ลำโพง	1	1,799	1,799
8	เครื่องวัดความดัน	1	1,620	1,620
9	เครื่อง Bio Well	1	110,000	110,000
10	คริสตัลบำบัด	4	1,970	7,880
11	Crystal bowl	2	30,000	60,000
12	ค่าอุปกรณ์สปา และเครื่องแต่งกาย	1	5,000	5,000
13	ค่าดำเนินการขอใบอนุญาต	1	3,000	3,000
14	ค่าออกแบบและค่าก่อสร้าง	1	1,500,000	1,500,000
15	Ipad	1	25,000	25,000
16	โทรศัพท์มือถือ	1	7,000	7,000
17	คอมพิวเตอร์	1	15,000	15,000
18	เครื่องสแกนบัตรประชาชน	1	2,900	2,900
	รวมเงินการลงทุน (บาท)			1,838,798

7.3 เงินลงทุนเริ่มต้น

Chakra Oasis จะมีเงินลงทุนเริ่มต้นจำนวน 3,000,000 บาท โดยแหล่งที่มาของเงินทุนทั้งหมดมาจากการลงทุนสัดส่วนของเจ้าของจำนวน 3,000,000 บาท

ตารางที่ 7.2 ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

แหล่งที่มาของเงิน	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	ผลตอบแทนที่คาดหวัง
เจ้าของ	3,000,000	100%	15%

โครงสร้างเงินทุนของ Chakra Oasis มีลักษณะพิเศษที่มาจากเงินลงทุนของเจ้าของทั้งหมด โดยไม่มีการพึ่งพาเงินกู้ ทำให้โครงสร้างเงินทุนประกอบด้วยส่วนของเจ้าของ (Equity) คิดเป็น 100% ของเงินทุนรวม ด้วยเหตุนี้ ต้นทุนทางการเงินของธุรกิจจึงสะท้อนถึงผลตอบแทนที่เจ้าของคาดหวังจากการลงทุน ซึ่งอยู่ที่อัตรา 15.00%

ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (WACC) สำหรับธุรกิจ Chakra Oasis จึงเท่ากับ 15.00% ซึ่งเป็นต้นทุนของเงินลงทุนทั้งหมด เนื่องจากการไม่มีการใช้เงินกู้ในโครงสร้างเงินทุน ทั้งนี้ โครงสร้างดังกล่าวช่วยให้ธุรกิจมีความคล่องตัวและไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงจากการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องบริหารการลงทุนอย่างรอบคอบเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

7.4 สมมติฐานทางการเงินและการบัญชีสำหรับ Chakra Oasis

รายได้จากการให้บริการ:

1. Onsen Serenity with Crystal Harmony

การแช่ออนเซ็นที่ออกแบบเฉพาะบุคคล โดยใช้ความร้อนและการตกแต่งห้องให้สอดคล้องกับพลังงานจักระ เสริมด้วยการบำบัดด้วยคริสตัลเพื่อช่วยปรับสมดุลพลังงานในร่างกายและจิตใจ

2. Aromatic Bliss with Crystal Alignment

การนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยเฉพาะกลิ่นที่เหมาะสมกับจักระของลูกค้า พร้อมการจัดวางคริสตัลบนร่างกายเพื่อเพิ่มพลังงานบวกและผ่อนคลายอย่างลึกซึ้ง

3. Radiant Body Treatment

การบำรุงผิวกายด้วยผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ช่วยฟื้นฟูและเติมเต็มความชุ่มชื้นให้กับผิว

4. Scrub & Wrap

บริการขัดผิวด้วยสครับธรรมชาติและห่อผิวด้วยทรีทเมนต์ที่ ช่วยผลัดเซลล์ผิวเก่าและ
เสริมความเปล่งปลั่ง

5. Thai Traditional Aroma Massage

การนวดแผนไทยผสมน้ำมันหอมระเหย เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดอาการปวดเมื่อย

6. Back & Shoulder Relief

การนวดเฉพาะจุดบริเวณหลังและบ่าไหล่ เพื่อบรรเทาอาการตึงจากการนั่งทำงาน

7. Soothing Foot Massage

การนวดฝ่าเท้าด้วยเทคนิคเฉพาะ ช่วยกระตุ้นระบบไหลเวียนโลหิต

8. Crystal Sound Bath Workshop

เวิร์กช็อปบำบัดด้วยเสียงคริสตัลโบลว์ เน้นการปรับสมดุลพลังงานผ่านคลื่นเสียงที่ตรง
กับพลังงานของแต่ละจักระ

9. ขายน้ำมันนวด

จำหน่ายน้ำมันหอมระเหยที่ออกแบบเฉพาะสำหรับการบำบัดจักระ เพื่อให้ลูกค้า
สามารถนำกลับไปใช้ที่บ้านและคงความผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง

รายได้จากการใช้บริการของลูกค้าจะเติบโตขึ้นปีละ 10% โดยในปีแรกมียอดการใช้
บริการ 20% ของความสามารถในการให้บริการทั้งหมด, ในปีที่สองจะเพิ่มเป็น 30%, ในปีที่สาม
40%, และในปีที่สี่และปีที่ห้า 50% ของความสามารถในการให้บริการทั้งหมด.

การรับชำระเงิน:

การให้บริการทั้งหมดจะรับชำระเป็น เงินสด 100%.

ตารางที่ 7.3 ตารางรายการการบริการ

ลำดับ	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
บริการที่ 1	Onsen Serenity with Crystal Harmony	990	/ชม.
บริการที่ 2	Aromatic Bliss with Crystal Alignment	1500	/ชม. ครึ่ง
บริการที่ 3	Radiant Body Treatment	650	/ชม.
บริการที่ 4	Scrub & Wrap	650	/ชม.
บริการที่ 5	Thai Traditional Aroma Massage	450	/ชม.
บริการที่ 6	Back & Shoulder Relief	350	/ชม.
บริการที่ 7	Soothing Foot Massage	350	/ชม.
บริการที่ 8	Crystal Sound Bath Workshop	900	/2 ชม.
สินค้าที่ 1	ขายน้ำมันนวด	45	/ชิ้น

ตารางที่ 7.4 ตารางปริมาณการยอดขาย

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Onsen Serenity with Crystal Harmony	1095	1205	1325	1457	1603
ราคาต่อชิ้น	990	990	990	990	990
ต้นทุนต่อชิ้น	325	325	325	325	325
ต้นทุนรวม	355,375	391,625	430,625	473,525	520,975
ยอดขายรวม	1,084,050	1,192,950	1,311,750	1,442,430	1,586,970
Aromatic Bliss with Crystal Alignment	730	767	805	845	887
ราคาต่อชิ้น	1500	1500	1500	1500	1500
ต้นทุนต่อชิ้น	450	450	450	450	450
ต้นทุนรวม	328,500	345,250	362,250	380,250	399,150
ยอดขายรวม	1,095,000	1,150,500	1,207,500	1,267,500	1,330,500
Radiant Body Treatment	730	767	805	845	887
ราคาต่อชิ้น	650	650	650	650	650
ต้นทุนต่อชิ้น	350	350	350	350	350
ต้นทุนรวม	255,500	268,450	281,750	295,750	310,450
ยอดขายรวม	474,500	498,550	523,250	549,250	576,550

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Scrub & Wrap	730	767	805	845	887
ราคาต่อชิ้น	650	650	650	650	650
ต้นทุนต่อชิ้น	350	350	350	350	350
ต้นทุนรวม	255,500	268,450	281,750	295,750	310,450
ยอดขายรวม	474,500	498,550	523,250	549,250	576,550
Thai Traditional Aroma Massage	1,095	1,150	1,207	1,268	1,331
ราคาต่อชิ้น	450	450	450	450	450
ต้นทุนต่อชิ้น	125	125	125	125	125
ต้นทุนรวม	136,875	143,750	150,875	158,500	166,375
ยอดขายรวม	492,750	517,500	543,150	570,600	598,950
Back & Shoulder Relief	730	767	805	845	887
ราคาต่อชิ้น	350	350	350	350	350
ต้นทุนต่อชิ้น	105	105	105	105	105
ต้นทุนรวม	76,650	80,535	84,525	88,725	93,135
ยอดขายรวม	255,500	268,450	281,750	295,750	310,450
Soothing Foot Massage	730	767	805	845	887
ราคาต่อชิ้น	350	350	350	350	350
ต้นทุนต่อชิ้น	105	105	105	105	105
ต้นทุนรวม	76,650	80,535	84,525	88,725	93,135
ยอดขายรวม	255,500	268,450	281,750	295,750	310,450
Crystal Sound Bath Workshop	365	383	402	423	444
ราคาต่อชิ้น	900	900	900	900	900
ต้นทุนต่อชิ้น	400	400	400	400	400
ต้นทุนรวม	146,000	153,200	160,800	169,200	177,600
ยอดขายรวม	328,500	344,700	361,800	380,700	399,600
ขายน้ำมันนวด	300	315	331	347	365
ราคาต่อชิ้น	45	45	45	45	45
ต้นทุนต่อชิ้น	-	-	-	-	-

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนรวม	-	-	-	-	-
ยอดขายรวม	13,500	14,175	14,895	15,615	16,425
ต้นทุนรวมของทุกรายการ	1,631,550	1,731,695	1,837,100	1,950,425	2,071,270
ยอดขายรวมของทุกรายการ	4,473,800	4,753,825	5,049,095	5,366,845	5,706,445
ยอดขายสุทธิของทุกรายการ	2,842,250	3,022,130	3,211,995	3,416,420	3,635,175

โดยคำนวณรายได้จากการให้บริการ ของแต่ละรูปแบบการบริการ จากตารางที่ 7.3 ปริมาณการให้บริการคูณกับตารางที่ 7.4 ราคาค่าบริการต่อหน่วย

Chakra Oasis จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ได้ 270 ชิ้น เพื่อถึงจุดคุ้มทุน ต้นทุนคงที่ต่อเดือน อยู่ที่ 176,289 บาท และกำไรขั้นแปรเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอยู่ที่ 655.3 บาท ตลอดระยะเวลา 5 ปี การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไรจากการดำเนินธุรกิจที่มั่นคง

ตารางที่ 7.5 ตารางปริมาณการใช้จ่ายรายเดือน ต่อปี

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนคงที่					
ค่าเช่าร้าน	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
เงินเดือนผู้บริหาร	360,000	378,000	396,900	416,745	437,582
เงินเดือนพนักงานให้บริการ	720,000	756,000	793,800	833,490	875,165
เงินเดือนพนักงานธุรการ	180,000	189,000	198,450	208,373	218,791
พนักงานทำความสะอาด	144,000	151,200	158,760	166,698	175,033
ค่าโปรแกรมCRM	41,880	43,974	46,173	48,481	50,905
ค่าสาธารณูปโภค	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าอินเตอร์เน็ต	9,588	10,067	10,571	11,099	11,654
ต้นทุนที่ผันแปร					
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง และค่าสต็อก วัตถุดิบ	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930
ค่าทำมาร์เก็ตติ้งออนไลน์	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930
รวมค่าใช้จ่าย(ต่อปี)	2,115,468	2,197,241	2,283,103	2,373,259	2,467,922

ในส่วน of ค่าใช้จ่ายสำนักงาน จะมีการปรับงบประมาณเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี โดยเริ่มต้นตั้งแต่ปีที่ 2 เป็นต้นไป เพื่อรองรับการขยายตัวและการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายบางส่วน เช่น ค่าเช่าพื้นที่ จะไม่มีการปรับเพิ่มงบประมาณ และยังคงอยู่ในระดับเดิมตลอดระยะเวลาที่กำหนด

ในส่วน of ค่าใช้จ่ายด้านการขายและการบริหาร บริษัทจะมีการปรับงบประมาณการตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้นทุกปี โดยจะเพิ่มขึ้น 5% ในแต่ละปีเริ่มต้นตั้งแต่ปีที่ 2 เป็นต้นไป เพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจและการเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าออนไลน์ที่มากขึ้น

7.5 การประมาณการความน่าเชื่อถือในการลงทุน

จากการประมาณการทางการเงินของธุรกิจ Chakra Oasis ซึ่งเป็นธุรกิจสปาและการบำบัดพลังงานจักระ คาดว่าจะใช้เงินลงทุนหมุนเวียนสำหรับดำเนินงานอยู่ที่ 671,000 บาท ในปีแรก โดยรูปแบบการดำเนินงานของ Chakra Oasis เป็นธุรกิจประเภทบริการที่ไม่มีต้นทุนสินค้าโดยตรง และบริษัทไม่มีลูกหนี้การค้า เนื่องจากลูกค้าชำระเงินล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์หรือที่หน้าสถานที่ให้บริการ

ส่วนเงินทุนหมุนเวียนจะถูกใช้เพื่อการบริหารและการทำการตลาดเป็นหลัก เช่น การจัดแคมเปญส่งเสริมการขาย หรือค่าใช้จ่ายสำหรับการโฆษณาในช่องทางออนไลน์ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการขยายการรับรู้ของแบรนด์ นอกจากนี้ ยังต้องสำรองเงินทุนหมุนเวียนไว้เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้านได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 7.6 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	4,474	4,752	5,049	5,367	5,707
ต้นทุนขาย	(1,632)	(1,731)	(1,837)	(1,950)	(2,072)
กำไรขั้นต้น	2,842	3,021	3,212	3,417	3,636
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(2,115)	(2,197)	(2,283)	(2,373)	(2,468)
ค่าเสื่อมราคา	(368)	(368)	(368)	(368)	(368)
EBIT	359	456	561	675	800
ภาษีเงินได้	(72)	(91)	(112)	(135)	(160)
Unlevered Net Income	287	365	449	540	640
บวก : ค่าเสื่อมราคา	368	368	368	368	368
ลบ : เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-
ลบ : เงินทุนหมุนเวียนสุทธิส่วนเพิ่ม	(671)	(42)	(45)	(48)	805
บวก : มูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-
Free Cash Flow	(16)	691	772	860	1,813

จากสมมติฐานที่ตั้งค่าอัตราคิดลด เท่ากับ 15% และจากการประมาณการโครงการในระยะเวลา 5 ปี ธุรกิจ Chakra Oasis จะมี มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) อยู่ที่ 570,300 บาท และให้อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) อยู่ที่ 24% โดยระยะเวลากืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 4 ปี

7.6 งบการเงิน

ตารางที่ 7.7 ประมาณงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	4,474	4,752	5,049	5,367	5,707
ต้นทุนขาย	(1,632)	(1,731)	(1,837)	(1,950)	(2,072)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(2,115)	(2,197)	(2,283)	(2,373)	(2,468)
ค่าเสื่อมราคา	(368)	(368)	(368)	(368)	(368)
กำไรก่อนหักค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	359	456	561	675	800
ค่าใช้จ่ายทางการเงิน	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ (EBT)	359	456	561	675	800
ภาษีเงินได้	(72)	(91)	(112)	(135)	(160)
กำไรสุทธิ	287	365	449	540	640

7.7 อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7.8 อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	เฉลี่ย 5 ปี
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	63.53%	63.57%	63.62%	63.66%	63.70%	63.62%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	6.42%	7.67%	8.89%	10.07%	11.22%	8.85%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset)	15.62%	19.83%	24.41%	29.39%	34.81%	24.81%
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity)	10.66%	13.53%	16.65%	20.05%	23.75%	16.93%

ธุรกิจ Chakra Oasis มีแนวโน้มเชิงบวกที่โดดเด่นด้วยอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ย 63.62% ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการควบคุมต้นทุนและสร้างมูลค่าจากบริการที่น่าเสนอ ในขณะที่อัตรากำไรสุทธิ 8.85% ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อเพิ่มผลกำไรสุทธิ นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เฉลี่ย 24.81% บ่งชี้ว่าธุรกิจสามารถใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้ ส่วนอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ 16.93% สะท้อนถึงความคุ้มค่าในการลงทุนของผู้ถือหุ้น โดยยังสามารถพัฒนาผ่านการขยายตลาดและการเพิ่มบริการใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้นเพื่อเสริมความแข็งแกร่งในระยะยาว



บทที่ 8

แผนความเสี่ยงและแผนการรับมือ

8.1 วิเคราะห์และระบุความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

8.1.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง

ธุรกิจสปาและการบำบัดต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและใบอนุญาตจากหน่วยงานรัฐ หากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือกฎหมาย อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโรคหรือการล็อกดาวน์ยังอาจกระทบต่อการให้บริการและจำนวนลูกค้า

แนวทางการรับมือ:

ติดตามกฎหมายและข้อกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐอย่างใกล้ชิด จัดทำแผนปฏิบัติการฉุกเฉิน และเตรียมช่องทางการให้บริการออนไลน์เพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด

8.1.2 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ

ภาวะเงินเฟ้อและการชะลอตัวของเศรษฐกิจอาจทำให้ลูกค้าลดการใช้จ่ายในบริการฟุ่มเฟือย อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบ เช่น น้ำมันหอมระเหย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีแนวโน้มสูงขึ้น

แนวทางการรับมือ:

เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ขยายฐานลูกค้ากลุ่มมีกำลังซื้อสูง เสนอแพ็คเกจและโปรโมชั่นที่คุ้มค่า รวมถึงสร้าง Brand Loyalty Program เพื่อรักษฐานลูกค้าประจำ

8.1.3 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม

สังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการการดูแลสุขภาพสูงขึ้น แต่ลูกค้ากลุ่มนี้มีความอ่อนไหวต่อการบาดเจ็บและโรคประจำตัว อีกทั้งการบำบัดแบบจักระยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

แนวทางการรับมือ:

ให้บริการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ โดยนักบำบัดที่มีความเชี่ยวชาญ จัดทำแคมเปญการตลาดให้ความรู้เรื่องการบำบัดจักระ และสร้างความเชื่อมั่นผ่านการรีวิวและคำแนะนำจากลูกค้าจริง

8.1.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี

การใช้เทคโนโลยีในการดูแลสุขภาพที่บ้าน เช่น แอปพลิเคชันและอุปกรณ์อัตโนมัติ อาจทำให้ลูกค้าเลือกบริการทางเลือกอื่น และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็วอาจทำให้ธุรกิจล้าหลัง

แนวทางการรับมือ:

ใช้เทคโนโลยี Bio-Well ในการวิเคราะห์จักระ สร้างช่องทางการจองและการให้คำปรึกษาออนไลน์ ติดตามแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการให้บริการ

8.2 วิเคราะห์และระบุความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

8.2.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด

การเปิดธุรกิจใหม่ทำให้ยังไม่ใช่ที่รู้จัก อาจทำให้ยอดขายต่ำกว่าที่คาดการณ์ และการแข่งขันในตลาดสปามีสูง หากไม่มีจุดขายที่ชัดเจนจะทำให้เสียเปรียบ

แนวทางการรับมือ:

ทำการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านโซเชียลมีเดีย และใช้รีวิวจากลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ พร้อมจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่

8.2.2 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจอาจมีรายได้ไม่เพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายคงที่ เช่น ค่าเช่าสถานที่และค่าจ้างพนักงาน ทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่อง

แนวทางการรับมือ:

ควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างรอบคอบ จัดสรรเงินทุนสำรองฉุกเฉิน และเพิ่มช่องทางรายได้เสริม เช่น การขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการบำบัดจักระหรือแพ็คเกจบริการล่วงหน้า

8.2.3 ความเสี่ยงด้านการเงิน

การพึ่งพาเงินทุนของเจ้าของเพียงอย่างเดียวทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงสูง หากรายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย อาจทำให้ขาดเงินทุนหมุนเวียน

แนวทางการรับมือ:

วางแผนการเงินอย่างละเอียด ควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน และพิจารณาการกู้ยืมในอนาคตหากจำเป็น พร้อมสร้างแหล่งรายได้หลากหลายเพื่อกระจายความเสี่ยง

8.2.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรจากการลาออกหรือลาป่วยอาจกระทบต่อการให้บริการ และการหาพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบำบัดจักรอาจใช้เวลานาน

แนวทางการรับมือ:

จัดทีมพนักงานสำรอง (Part-Time) ฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และสร้างแผนพัฒนาบุคลากรในระยะยาวเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการขยายธุรกิจ



บรรณานุกรม

- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2562). การศึกษาแนวคิดและหลักการของจักระ: การเชื่อมโยงพลังงานในร่างกายและผลกระทบต่อสุขภาพ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. สืบค้นจาก http://www.science2.cmru.ac.th/sciblog_v2/blfile/102_s190315044653.pdf
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (n.d.). แนวคิดและหลักการของจักระ: การศึกษาการไหลเวียน พลังงานในร่างกายและผลกระทบต่อสุขภาพ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สืบค้นจาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2553/5518/8/ch2.pdf>
- Manjunath, N. K. (2024). Role of yoga in rehabilitation: Avenues and challenges. International Journal of Yoga, 17(3), 153-154. <https://journals.lww.com/IJOY>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). คาคปี 2567 "ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ" โตก้าวกระโดด 1 ล้านล้านเหรียญ. กรุงเทพธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1006474>
- ทักษอร พรถาวร. (2564). จัปเทรนด์ Wellness...แนวทางสร้างภูมิคุ้มกันท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. ธนาคารแห่งประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/regional-articles/reg-article-2021-13.html>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2566). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ' โตทั่วโลก ปี 70 ไทยแตะระดับ 7.6 แสนล้านบาท. กรุงเทพธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1089118>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2566). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ' โตทั่วโลก ปี 70 ไทยแตะระดับ 7.6 แสนล้านบาท. กรุงเทพธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1089118>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2565). อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์โต 8% รับกระแส Medical Hub. ฐานเศรษฐกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.thansettakij.com/business/marketing/543833>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). ส่อง 3 "เทรนด์ดูแลสุขภาพ" ปี 66 บริการไหนตอบโจทย์คนยุคใหม่. กรุงเทพธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1048625>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2565). เปิด 10 อุตสาหกรรมดาวรุ่งปี 65 ปัจจัยหนุน-อะไรคือความเสี่ยงต่อธุรกิจ. ฐานเศรษฐกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.thansettakij.com/economy/508339>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ฐานเศรษฐกิจ. (2565). "ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ" มาแรง โอกาสตลาดท่องเที่ยวไทย. ฐานเศรษฐกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.thansettakij.com/business/tourism/540602>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). ดันนวดไทย สมุนไพร สู่ "การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ" สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ. กรุงเทพธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/968817>
- ไทยรัฐ. (2567). คนไทยเครียดสะสม มีปัญหาสุขภาพจิต พุง 10 ล้านคน สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลก 7 ใน 10 วัยทำงาน กำลัง "หมดไฟ". ไทยรัฐ. เข้าถึงได้จาก https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2788883
- ไทยพีบีเอส. (2567). สสส.ชี้คนไทยเสี่ยงเพิ่ม "เครียด-ซึมเศร้า" มุ่งใช้ความรุนแรงดับอารมณ์. ไทยพีบีเอส. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipbs.or.th>
- PPTV HD 36. (2567). "สุขภาพจิต" วัยทำงาน สาเหตุการสูญเสียระดับโลก ภัยเงียบไม่ควรมองข้าม. PPTV HD 36. เข้าถึงได้จาก <https://www.pptvhd36.com/health/how-to/4750>
- TravelDailyNews Asia & Pacific. (2023). Thai spa industry: Niche market poised for global recognition. TravelDailyNews Asia & Pacific. เข้าถึงได้จาก <https://www.traveldailynews.asia/column/interviews/thai-spa-industry-niche-market-poised-for-global-recognition>
- Kennedys Law. (2022). Thailand's business landscape: Politics and the pandemic offer up a perfect storm for risk managers. Kennedys Law. เข้าถึงได้จาก <https://kennedyslaw.com/en/thought-leadership/article/thailand-s-business-landscape-politics-and-the-pandemic-offer-up-a-perfect-storm-for-risk-managers>
- Howandwhat.net. (n.d.). PESTEL analysis of Thailand (Thailand PESTEL). How and What. เข้าถึงได้จาก <https://www.howandwhat.net/pestel-analysis-thailand>
- World Bank. (2024, July). Thailand economic monitor July 2024: Unlocking the growth potential of secondary cities. World Bank. เข้าถึงได้จาก <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/72e1c3cc-a7a6-45aa-a13b-69e95a5ab4da>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Deloitte United States. (2024). Thailand's economic outlook and emerging technology trend. Deloitte. เข้าถึงได้จาก <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/about-deloitte/articles/2024-thailand-economic-outlook.html>
- Global Market Surfer. (n.d.). Thailand health trend 2024 (Part 1) | Column. Global Market Surfer. เข้าถึงได้จาก <https://www.global-market-surfer.com/pickup/detail/486/?l=en>
- Bangkok Post. (2023). Thailand urged to focus on wellness. Bangkok Post. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokpost.com/business/general/2564496/thailand-urged-to-focus-on-wellness>
- Global Wellness Institute. (n.d.). Geography of wellness: Thailand. Global Wellness Institute. เข้าถึงได้จาก <https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-thailand/>
- Siam Wellness Group. (n.d.). Environmental development. Siam Wellness Group. เข้าถึงได้จาก <https://siamwellnessgroup.com/wp-content/uploads/2024/04/Sustainability-Report-2023.pdf>
- The Story Thailand. (2024). 2024 survey reveals 'environmental problems and pollution' as the top concern for Thais. The Story Thailand. เข้าถึงได้จาก <https://www.thestorythailand.com/en/24/05/2024/130291/>
- ThaiLawyers. (2014). Health spa business in Thailand. Thai Lawyers. เข้าถึงได้จาก <https://thailawyers.com/health-spa-business-in-thailand/>
- GlossGenius. (2024). How to open a spa: 10 steps to start a spa business in 2024. GlossGenius. เข้าถึงได้จาก <https://glossgenius.com/blog/how-to-open-a-spa>
- BusinessConceptor.com - Inspires Trust. (n.d.). Wellness spa SWOT analysis: Strengths & insights. Business Conceptor. เข้าถึงได้จาก <https://businessconceptor.com/blog/wellness-spa-swot/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

Sawasdee Thailand. (n.d.). Thailand upgrades spa and massage industry to compete globally.

Sawasdee Thailand. เข้าถึงได้จาก https://thailand.go.th/issue-focus-detail/001_07_034

Grand View Research. (n.d.). Spa market size, share, trends and growth report, 2030. Grand View Research. เข้าถึงได้จาก <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/spa-market>

Batten, R. (2023). 4 wellness trends in Thailand for 2024. Ajarn. เข้าถึงได้จาก <https://www.ajarn.com/blogs/ricky-batten/4-wellness-trends-thailand-2024>

ลิงค์อ้างอิงของ Influencers ในช่องทาง Tiktok

https://www.tiktok.com/@im_papam?_t=8sgUghrFJiR&_r=1

https://www.tiktok.com/@yammieand15friends?_t=8sgUnEs0HnG&_r=1

https://www.tiktok.com/@bentenntn?_t=8sgUruCd6oC&_r=1



ภาคผนวก ก

รายละเอียดการวิจัย

เป้าหมายวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และโอกาสเติบโตในตลาดด้านสุขภาพหรือไม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าในการรับบริการ

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

รูปแบบการหาข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview)

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มประชากรตัวอย่างอาชีพพนักงานออฟฟิศอาชีพอิสระและผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯเคยใช้ออนเซ็นและรู้จักศาสตร์จักรกระ อายุ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 119ท่าน

คำถามวิจัย

คำถามการวิจัยเชิงปริมาณ

คำถามวิจัย

1. ด้านความรู้และความสนใจเกี่ยวกับ Chakra และการบำบัด

1.1 หากท่านเคยได้ยินเกี่ยวกับการบำบัด Chakra ท่านรู้สึกว่าคุณมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ Chakra มากน้อยเพียงใด?

1.2 ท่านคิดว่าการบำบัดด้วย Chakra จะช่วยให้คุณผ่อนคลายและฟื้นฟูร่างกายได้หรือไม่?

2. ด้านการประเมินความสนใจและความคาดหวังของลูกค้า

2.1 หากมีการบำบัดด้วย Chakra พร้อมกับการผ่อนคลายและการนวด ท่านจะสนใจใช้บริการหรือไม่?

2.2 ท่านคาดหวังผลลัพธ์จากการบำบัด Chakra อย่างไร?

2.3 ท่านคิดว่าการให้บริการแบบใดจะเหมาะสมที่สุดสำหรับการบำบัดด้วย Chakra?

2.4 ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งใดเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการบำบัด

3. ด้านความพร้อมในการใช้บริการและค่าใช้จ่าย

3.1 ท่านยินดีที่จะจ่ายค่าบริการบำบัด Chakra ในราคาเท่าใด?

3.2 ท่านคิดว่าบริการบำบัด Chakra ที่ดีควรประกอบด้วยอะไรบ้าง?

3.3 ท่านคิดว่าที่ตั้งของร้านสปาที่ดีควรเป็นอย่างไร

4. ด้านช่องทางการรับรู้และการสื่อสาร

4.1 ท่านคิดว่า Chakra Oasis ควรโปรโมทจากช่องทางใด?

4.2 ท่านคิดว่าการใช้ Influencer ในการโปรโมทบริการของ Chakra Oasis จะช่วยให้คุณรู้สึกสนใจบริการนี้มากขึ้นหรือไม่?

4.3 ท่านคิดว่าโปรโมชันหรือส่วนลดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของท่านหรือไม่