

# ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี

## Business Demand and Operation of the Wax Spa Body Shop business

อารีญา นำชัยทศพล

### บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี

**วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา** 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

### ผลการวิจัย

ความต้องการของตลาดทางผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในธุรกิจจากผลการแบ่งส่วนของตลาดธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี โดยใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุรายได้ในเบื้องต้น พบว่ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี นั้น จะเป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี รายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป และ การใช้เกณฑ์พฤติกรรมเพื่อแบ่งกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้นอีกครั้ง ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทำให้ได้กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายหลัก(Primary Target) ของสถานบริการร้านแว็กซ์สปาบอดีจะเป็นคนกลุ่มที่อยู่ในลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามที่กล่าวมาแล้ว คือ ชายที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาท ต่อเดือนขึ้นไป และยังมี ความสนใจเรื่องรูปลักษณ์ความงามภายนอกซึ่งตรงกับกลุ่มที่ 1 ในการแบ่งส่วนของตลาด อีกทั้งคนในวัยนี้ จะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในความสมบูรณ์ของผิวพรรณที่แตกต่างจากเมื่อครั้งยังอยู่ในช่วงของวัยรุ่น จุดมุ่งหมายทางการตลาดสร้าง Brand Awareness 40% ของกลุ่มเป้าหมายภายในปีแรก โดยเน้นการสื่อสารให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการที่เน้นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้ชายโดยเฉพาะเช่นความสำคัญของการดูแลตัวเองทั้งการผ่อนคลายความเครียดและการแก้ปัญหาด้านผิวพรรณ เป็นต้นการสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้กับลูกค้ารับรู้และมองว่าจุดขายของร้านคือการมีภาพลักษณ์ที่ดูสุขภาพดีไม่ใช่ความแข็งแรง การสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการใช้บริการซ้ำและสามารถขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ซึ่งจะต้องเน้นคุณภาพในการให้บริการเป็นหลักเพื่อให้เกิดการบอกต่อ ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจสถานบริการร้านแว็กซ์สปาบอดีประสบความสำเร็จคือ 1.ชื่อเสียงของสถานบริการ ภาพลักษณ์ของร้านรวมถึงผู้ให้บริการ จะทำให้ผู้บริโภคบอกต่อ ชักชวนให้ Prospect เข้ามาใช้บริการ ซึ่งหากชื่อเสียง ภาพพจน์ของร้านไม่ดี โอกาสที่จะประสบความสำเร็จ

ในธุรกิจบริการจะเป็นไปไม่ได้2.ทำเลที่ตั้งจำเป็นต้องตั้งอยู่ในทำเลที่ผู้บริโภคสามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก3.บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมโดยรวม จะสะท้อนถึงบริการที่เป็นมืออาชีพ รวมถึงการสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานบริการแว็กซ์สปาที่ดี4.ความสะดวกสบายของการรับบริการ การเสนอการบริการครบวงจร ลูกค้าสามารถใช้บริการด้านต่างๆครบถ้วนภายในร้าน

**คำสำคัญ :** ความต้องการดำเนินงาน, แวกซ์สปาที่ดี,ความงาม,สปา

## ABSTRACT

Business Demand and Operation of the Wax Spa Body Shop business

The **research purpose and to study** 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

### **Results show that**

Market needs The researcher has determined the target market for the business by dividing the market share of the Wax Spa Body business. By using the gender demographic criteria Primary income age Found that the target of the Wax Spa Body business is female, aged between 25-35 years, earning more than 20,000 baht per month or more And using behavioral criteria to divide the primary target group again As already mentioned Resulting in the target group of the Wax Spa Body business as follows: The primary target group of the Wax Spa Body Service is the demographic group, as mentioned, men aged between 25 -35 years with an income of 20,000 baht per month or more And also interested in the external appearance and beauty that match Group 1 in market segmentation In addition, people of this age will begin to change in the integrity of their skin which is different from when they were still in their teens. Marketing aims: Create Brand Awareness of 40% of the target group within the first year. By focusing on communication, providing information about services that focus on enhancing a good image for men, especially such as The importance of looking at a good image Taking care of yourself, both stress relief and skin problems. Etc. Creating a store image for customers to recognize and see that the selling point of the store is to have a healthy image, not strength. Creating brand loyalty So that consumers use the service repeatedly and can expand the market to new customers Which must mainly focus on the quality of service in order to create word of mouth Factors that make the Wax Spa Body service business successful are: 1. The reputation of the service place The image of the shop, including service providers Will make consumers tell Persuade Prospect Enter to use the service Which if famous The shop's image is not good. Opportunity to experience Success in the service business will be impossible. 2. The location must be located in a location that consumers can

conveniently come to use. 3. Atmosphere Overall environment Will reflect a professional service Including creating relaxation for customers who come to use the wax spa body service 4. The convenience of service Full service offering Customers can use various services in the shop.

**Keywords: operating needs, wax spa body, beauty, spa**

## บทนำ

ข้อมูลศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ระบุว่า ธุรกิจด้านสุขภาพความงามเป็นธุรกิจดาวรุ่งยอดนิยมนับเนื่องกันมา 6 ปี มูลค่าตลาดความงามในไทยมากถึง 250,000 ล้านบาท จนทำให้มีผู้ประกอบการรายเก่า และผู้ประกอบการหน้าใหม่ ทั่วประเทศกว่า 1,800 ราย จึงทำให้ผู้ประกอบการมองหาดตลาดใหม่ในกลุ่มอาเซียน เพราะถือว่าเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจไม่น้อย ซึ่งมูลค่าตลาดของอาเซียนมากถึง 500,000 ล้านบาท ในกลุ่มสกินแคร์ มีมูลค่าสูงถึง 400,000 ล้านบาท เป็นผลดีบำรุงผิวขาว 48% ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทั่วไป 43% และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแบบให้ประโยชน์เฉพาะ 9% ทางด้านตลาดอาหารเสริม ทางธนาคาร SCB ได้ให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ scbsme.scb.co.th ว่า จากข้อมูลของ EuroMonitor พบว่าธุรกิจอาหารเสริมของไทยมีมูลค่ามากกว่า 6.67 แสนล้านบาท โดยธุรกิจอาหารเสริมนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อาหารเสริมความงาม อาหารเสริมสุขภาพและรักษาโรค และอาหารเสริมเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกายอาหารเสริมสุขภาพ และรักษาโรคเป็นตลาดที่มีมูลค่ามากที่สุด ด้วยมูลค่ากว่า 518,000 ล้านบาท รองลงมาเป็นอาหารเสริมความงาม มีมูลค่าตลาดประมาณ 142,000 ล้านบาท และอันดับสุดท้ายตลาดอาหารเสริมเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกายมีมูลค่าตลาด 66,700 ล้านบาท โดยคาดว่าปี 2019 ตลาดอาหารเสริมจะเติบโตเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 11% เป็น 738,000 ล้านบาท

เนื่องจากธุรกิจสุขภาพความงามมีการแข่งขันสูงในประเทศ เพราะมีผู้ประกอบการเกิดขึ้นราวกับดอกเห็ด ซึ่งมีการแข่งขันกันสูงขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้มียอดขายที่ต่อเนื่อง และความต้องการขยายฐานลูกค้า จึงมีธุรกิจสุขภาพความงามขยายสาขาไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านกันมากขึ้น และนำสินค้าสุขภาพความงามออกไปจำหน่ายต่างประเทศด้วย ซึ่งสินค้าไทยเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ เพราะมีจุดขายตรงวัตถุดิบและส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติ และมีงานวิจัยรองรับ ที่เป็นตัวยืนยันความปลอดภัย กลุ่มลูกค้าต่างประเทศจึงนิยมและเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการทำการตลาดได้ง่าย มีกำไรในภาพรวมดีขึ้น ถึงแม้จะมีส่วนแบ่งการตลาดในไทยน้อยลงก็ตาม

สินค้าสุขภาพความงามส่วนมากจำเป็นต้องมีการจดแจ้ง อย. เพราะเป็นสินค้าที่ต้องนำเข้าสู่ร่างกายด้วยการกิน เช่น อาหารเสริม เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ และเครื่องสำอางที่สัมผัสกับผิวโดยตรง เช่น ครีม โลชั่น อุปกรณ์แต่งหน้า ฯลฯ หากไม่มีการควบคุม เกิดผลเสียกับผู้บริโภค จึงมีกฎหมายออกมาให้มีการจดแจ้ง อย. เพื่อเป็นเครื่องกักรันตีความปลอดภัยให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่ปลอดภัย แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการบางคน คิดถึงผลประโยชน์ส่วนตนไม่สนใจว่าผู้บริโภคจะได้รับผลกระทบอย่างไร ใส่สารปรอท และสารไฮโดรควิโนนที่เกินอัตรากฎหมายกำหนดเข้าเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางทำให้เป็นอันตรายต่อผิวและร่างกายของผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้ตามข่าวที่เห็นกันไม่เว้นแต่ละวัน ดังนั้น ผู้บริโภคเอง ต้องตรวจสอบเลข อย. ให้ดีก่อนใช้ ไม่ใช่เห็นดารามาโฆษณา ก็เชื่อ บางครั้งเองดาราก็ไม่รู้ด้วยซ้ำว่าเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตออกมาอย่างถูกต้องหรือไม่ ทางที่ดีผู้บริโภคตรวจสอบเองจะดีที่สุด

สำหรับธุรกิจแวกซ์ขนผลิตภัณฑ์ด้านความงามตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า มีสินค้าที่ครบถ้วนทุกรายการ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเส้นผม ใบหน้า จรดปลายเท้า มีการขัดผิว พอกผิว นวดหน้า นวดทรวงอก ออกเล็กให้ใหญ่ ออกล้อยให้กระชับ หลังคลอดบุตรหรือหลังการลดความอ้วน ปัญหาเรื่องขนคือปัญหาราคาใจของใครหลาย ๆ คน โดยเฉพาะในคุณสุภาพสตรีหรือแม้กระทั่งคุณสุภาพบุรุษก็ตาม การใส่กางเกงหรือกระโปรงเพื่อหวังที่จะอวดเรียวยาสวยงามก็มีอันสะดุดเพราะ “ไรขน” ความมั่นใจที่เคยมีคงมีหวังย่อยยับอับเฉาไปด้วยเรื่องของขนนี้แหละ วิธีการในการจัดการปัญหา “ขน” ที่ขึ้นในบริเวณที่ไม่พึงประสงค์ที่นิยมใช้กันมากที่สุดก็คือการ “แว็กซ์” ทิ้งเสียเลย แต่การแว็กซ์ขนของใครหลาย ๆ คนกลับเป็นเรื่องใหญ่ กว่าจะทำใจแว็กซ์ได้ในแต่ละครั้งต้องทำสมาธิ สุดหายใจเข้าออกกันอยู่นาน นั่นก็เพราะการแว็กซ์ขนในแต่ละครั้งมันเจ็บไช่ย่อย หลายครั้งที่แว็กซ์ได้ไม่ดีพอกลับกลายเป็นว่าขนยิ่งขึ้นดกดำหนักกว่าเก่าเสียอีก ความมั่นใจในการอวดสัดส่วนต่าง ๆ กลับจบไม่สวยอย่างที่คิด ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจความงามในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก ประกอบกับความต้องการความสวยความงามไม่ว่าจะเป็นทั้งคุณผู้หญิง และคุณผู้ชายที่ให้ความสนใจในเพิ่มขึ้นจึงทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับความงามผุดขึ้นมากมายตามไปด้วย หนึ่งในนั้นก็มีธุรกิจแวกซ์ขน สำหรับแนวโน้มธุรกิจความงาม พบว่าธุรกิจความงามไปได้อีกไกลมาก เพราะสำหรับผู้หญิงเรื่องความสวยต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็ธุรกิจด้านสปา หรือแวกซ์ขน ยิ่งในปลายปีนี้มีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นธุรกิจที่รับประกันได้ว่าทำแล้ว ยังอยู่ในตลาดได้อีกยาวไกล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะทำการศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านแว็กซ์สปา บอดีเพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ปัจจุบันและทำแผนธุรกิจเพื่อนำมาปรับเข้ากับธุรกิจของผู้วิจัยและเพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจได้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับหัวข้อวิจัย ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี โดยแบบสอบถามได้สร้างจากความหมายและแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยแบ่งเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามแว็กซ์สปาบอดี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ใช้ธุรกิจบริการ

สถานเสริมความงามแว็กซ์สปาบอดี

### ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างในสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้ธุรกิจบริการสถานเสริมความงามแว็กซ์สปาบอดี จำนวน 200 คน ช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2562 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

### ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ คือ แบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวางแผนและปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถาม ที่สมบูรณ์แล้ว ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในสื่อสังคมออนไลน์ ผู้บริโภคที่สนใจแว็กซ์สปาอบดี

2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยขอความร่วมมือ จากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่สุ่มเลือกมาจำนวน 200 คน

3. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อความที่กลุ่มตัวอย่างได้กรอรายละเอียดลงในแบบสอบถาม

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สรุปผลเป็นค่าเฉลี่ย และอัตราร้อยละ ใช้การพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้หลักการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา จะเน้นการบรรยายคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่เก็บรวบรวมข้อมูลมา และการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องสามารถตอบคำถาม หรือประเด็นปัญหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยซึ่งได้แก่

1. ปีย้ายพื้นฐานส่วนบุคคล ใช้สถิติร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลพฤติกรรมความต้องการ ในการเลือกใช้บริการแว็กซ์สปาอบดี
3. แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการแว็กซ์สปาอบดี

จากนั้นจะนำแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์สถิติ ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้การบรรยายแบบสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของข้อมูลและใช้สถิติอ้างอิง (Inference Statistic) รายงานผลข้อมูลใน ด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ไทยอันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ โดยเป็นการแจกแจงค่าที่ได้จากการคำนวณให้อยู่ในรูปแบบร้อยละ (Percentage) และแบบสอบถามในส่วนอื่น ๆ นั้น จะถูกแจกแจงให้อยู่ในรูปของค่าเฉลี่ย (Mean)

### ผลการวิจัย

- รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศในการตอบแบบสอบถามความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาอบดี พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน แบ่งเป็น เพศชายร้อยละ 15.5 และเพศหญิงร้อยละ 84.5
- รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน อายุที่มากที่สุดในการตอบแบบสอบถามคือ 26-30 ปี ร้อยละ 76.5

- รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ระดับการศึกษาสูงสุดที่มากที่สุดในการตอบแบบสอบถามคือปริญญาตรี ร้อยละ 77.5
- รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน อาชีพที่มากที่สุดในการตอบแบบสอบถามคือ พนักงานบริษัทเอกชน
- รายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ด้านรายได้ ที่มากที่สุดในการตอบแบบสอบถามคือ 10,000- 20,000 บาท
- ลูกค้าเคยใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขน แบบใดมากที่สุด คือ แวกซ์ขนขาตั้งแต่ขาด้านบนลงมา
- ลูกค้าใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขน บ่อยแค่ไหน คือ 1 ครั้ง/เดือน
- ข้อมูลการสอบถามลูกค้าว่าสาเหตุที่ท่านมาใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขน ผลจากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 77.5 เพื่อความงามของผิวกาย
- ปกติลูกค้าใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขนช่วงเวลาใด คือ 18.01 – 20.00 น.
- ลูกค้าปกติท่านจะใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขน ในวันใด คือ แล้วยแต่โอกาส
- เหตุผลหลักที่ลูกค้าเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขน คือ ราคา/โปรโมชั่น
- เวลาที่ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขนแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย คือ 1 ชม.
- ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์ขนที่ราคา 100-150 บาท
- ความต้องการของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามแวกซ์สปาที่ดีที่ท่านลูกค้าชอบใช้บริการมากที่สุด สรุปว่า ภาพลักษณ์ของร้านบรรยากาศ การตกแต่ง และความสะอาด
- สิ่งที่คุณลูกค้าต้องการให้เราจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าต้องการให้ทางร้านจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดข้อใดมากที่สุด สรุปว่าสมัครเป็นแพ็คเกจจของทางร้านจะรับส่วนลดทันที 5 %

### สรุปและวิจารณ์ผล

ความท้าทายในการทำธุรกิจแวกซ์สปาที่ดี นี้คือเราต้องรักษามาตรฐานสินค้า-บริการให้ดี พร้อมพัฒนาให้ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายยิ่งขึ้น อย่างในแง่ของแฟรนไชส์ ก็พยายามมอบทางเลือกการลงทุนที่หลากหลาย บางรายมีเงินทุนน้อย แต่อยากลงทุน หรือมีธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกันอยู่แล้ว เช่น ร้านเสริมสวย ร้านทำเล็บ ฯลฯ ก็สามารถนำสินค้าจากบอดี้แคร์ไปต่อยอดสร้างรายได้เสริมได้ แล้วบอดี้แคร์ ก็ดูแล ใส่ใจ ไม่ทอดทิ้ง พร้อมสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การออกงานแฟร์ เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ (Implications)

ความท้าทายในการทำธุรกิจแวกซ์สเปาบัติ ในอนาคต กลยุทธ์ PR ในยุคดิจิทัล นั้นพบว่ามีสำคัญเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ PR ในยุคดิจิทัล 7 ขั้นตอนการทำประชาสัมพันธ์ยุค 2019 ขึ้นเทพ

ในปัจจุบันนี้นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการปรับตัวเพื่อต่อสู้กับสถานะการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้เกิดรูปแบบของธุรกิจขึ้นมาใหม่ที่เกิดผลกระทบต่อธุรกิจเดิม (Digital Disruption) ดังนั้น การทำประชาสัมพันธ์ดิจิทัลจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น คุณไม่จำเป็นต้องคิดสร้างสรรค์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลในระดับที่ใหญ่โตมากเกินไป คุณควรเริ่มจากระดับเล็กๆ และไม่จำเป็นต้องหยิบฉวยทุกเรื่องทุกโอกาสมาทำประชาสัมพันธ์ หากคุณดำเนินการตามความเป็นจริงและสามารถทำได้ง่ายๆ คุณก็จะประสบความสำเร็จและสามารถทำให้กลยุทธ์นั้นเติบโตขึ้นได้รายละเอียดของ 7 ขั้นตอน ที่จะช่วยคุณในการดำเนินการสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล

1. **การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของคุณ** คุณต้องรู้ว่าคุณต้องการพูดกับใคร นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ตามกฎเกณฑ์ปัจจัยทางสังคมศาสตร์แล้ว คุณควรเข้าใจพฤติกรรมทางด้านดิจิทัลของกลุ่มเป้าหมายของคุณด้วย เช่น พวกเขาดูข้อมูลออนไลน์ที่ไหน รูปแบบไหนที่พวกเขาชื่นชอบ เป็นต้น ยิ่งคุณรู้เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณมากเท่าไร กลยุทธ์ของคุณก็จะประสบความสำเร็จมากขึ้นเท่านั้น

2. **การกำหนดเป้าหมาย** เมื่อคุณเลือกกลุ่มเป้าหมายแล้วคุณก็ต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ สิ่งใดที่บริษัทของคุณต้องการให้กลุ่มเป้าหมายทำ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่พวกเขาได้เห็นการดำเนินการทางด้านประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของคุณ หากคุณต้องการให้ความรู้แก่พวกเขา คุณอาจตั้งเป้าหมายเกี่ยวกับการรับรู้หรือเข้าใจ หากคุณต้องการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พวกเขา เป้าหมายของคุณก็ควรจะเกี่ยวกับการยอมรับหรือการเชื่อหรือคุณต้องการให้กลุ่มเป้าหมายของคุณทำอะไรที่เฉพาะเจาะจง คุณก็สามารถกำหนดเป็นเป้าหมายได้เช่นกันในการกำหนดเป้าหมายนั้นคุณต้องคำนึงด้วยว่า จะประเมินผลอย่างไร เพื่อให้รู้ว่าการดำเนินการของคุณได้ผลหรือไม่ เช่น คุณไม่ควรบอกว่า คุณต้องการให้การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของคุณสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าใหม่ของบริษัทเพิ่มขึ้น แต่คุณต้องเฉพาะเจาะจงและระบุจำนวนที่ชัดเจนด้วย เช่น เพื่อสร้างการรับรู้สินค้าใหม่โดยมีการพูดถึงในออนไลน์ 25 คอมเมนต์จากสื่อเป้าหมาย และการรีวิวออนไลน์ 10 รีวิวจากผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นเป้าหมายในอีก 3 เดือนถัดไป

3. **การเขียนรายละเอียดหัวข้อและเนื้อหาหลัก** เมื่อคุณรู้แล้วว่า คุณต้องการให้โปรแกรมการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของคุณบรรลุผลอะไร ก็ถึงเวลาที่你会ต้องคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณอีกครั้ง เช่น การดำเนินการของคุณเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของคุณอย่างไร ซึ่งต้องไม่ใช่การรบกวนพวกเขา เนื้อหาใดที่บริษัทของคุณจัดทำแล้วจะช่วยเหลือหรือให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมายของคุณ ซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของพวกเขาและเชื่อมโยงกับเป้าหมายของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของคุณอย่างไร จากนั้นคุณก็รวบรวมรายการหัวข้อต่างๆ และเขียนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

4. **การจัดทำแผนการเผยแพร่** กลุ่มเป้าหมายของคุณมีช่องทางการสื่อสารที่พวกเขาพึงพอใจ เช่น อีเมล โซเชียลมีเดีย แพลตฟอร์ม ข้อความแจ้งเตือน เป็นต้น พวกเขาใช้อุปกรณ์ที่พวกเขาใช้เป็นประจำ เช่น สมาร์ทวอตช์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต แลปท็อป หรือเดสก์ท็อป คุณจึงต้องสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของคุณในที่ที่พวกเขาเปิดรับข้อมูลดิจิทัล หาก你不ทำเช่นนั้น ไม่ว่าเนื้อหาของคุณจะเกี่ยวข้องกับพวกเขามากแค่ไหน กลุ่มเป้าหมายของคุณก็จะไม่เห็น

เนื่อหานั้นแต่อย่างใด คุณต้องมั่นใจว่า เนื้อหาของคุณสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบ ความยาวและโทนของแพลตฟอร์ม ดิจิทัลที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบด้วย

5. การสร้างปฏิทินเนื้อหา เมื่อคุณมีองค์ประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์ของคุณแล้ว คุณก็ต้องทำให้องค์ประกอบเหล่านั้นรวมเป็นตารางเดียวกันและครอบคลุมทุกอย่าง เช่น คำสั่งในการบริหารจัดการแต่ละวัน ในตารางเนื้อหาแต่ละชั้นต้องระบุกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ และวิธีการเผยแพร่ เพื่อเป็นกรอบในการทำงานและติดตามงานของคุณ

คุณควรสร้างปฏิทินเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการจัดให้มีพื้นที่สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาแต่ละชั้น ซึ่งจะช่วยให้คุณเข้าใจถึงประสิทธิผลของแต่ละการดำเนินการที่เพิ่มขึ้น ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ในภาพรวมก็ได้

6. การจัดทำขั้นตอนการประเมินผล หนึ่งในจุดขายที่ใหญ่ที่สุดของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลซึ่งไม่เหมือนกับการทำการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม ก็คือ สามารถประเมินผลได้อย่างครอบคลุม โดยสามารถทำให้รู้ว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลของคุณมีผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจหรือไม่ อย่างไร ได้ง่ายกว่ามาก คุณสามารถเริ่มต้นโดยการทำความเข้าใจว่า สื่อในการประเมินผลกลุ่มไหนที่สำคัญที่สุดสำหรับองค์กรของคุณ



## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ เรื่อง “ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านแว็กซ์สปาบอดี” สำเร็จได้ด้วยดี ตามวัตถุประสงค์และการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจากท่าน รองศาสตราจารย์ สมจิตร ล้วนจำเริญ ที่ได้เสียสละเวลา และประสบการณ์อันมีค่าในการให้ความรู้ คำปรึกษา ข้อคิดเห็น และแนวทางในการดำเนินการวิจัย จนส่งผลให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ได้ให้แนวคิดในการบริหารจัดการเวลาและให้กำลังใจในการทำงานวิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับ CEOs และ CMOs รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ในความอนุเคราะห์ ข้อมูล เสียสละเวลาและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัย รวมถึงขอบคุณเพื่อน ๆ ผู้มีส่วนร่วมในความสำเร็จทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จอย่างสมบูรณ์

อารีญา นำชัยทศพล

## เอกสารอ้างอิง

- จริญญา อัสনী และพาดิ หลายวรกุล. “ความพึงพอใจของการรับบริการสுகนบาศด้วยวิธีการนวดในสปา,” SWU J Pharm Sct. 9(1) : 134-145 ; พฤษจิกายน, 2546.
- จรินพร ตันตจกคจจวค. สปา ไอ ดู. กรุงเทพฯ : Khum Thong Industry & Printing, 2546.
- ฉลองศรคค จมมสมพงค. การวางแผนและพัฒนาตลาดการทอองเทยว. กรุงเทพฯ : สานคกพมพมหาวิททยาลยเกษตรศาสตร, 2546.
- ฉัตรยาพร เสมอจ. การตลาดธุรกิจบริการ Service Marketing. กรุงเทพฯ : เอคชเปอร์เนท, 2547.
- ฝายวจยชนาการกรงครคยชยา. “สปาธุรกิจแหงยุคที่นาจับตา,” วารสารปราสาทสงข ฉบบเศรษฐจกจวคระห. 21(7) : 21-32 ; กรกฎาคม, 2546.
- ชนาการแหงประเทศไทย. “แนวโนมการขยายตัวของธุรกิจสปา,” วจระหเศรษฐจกจ. 12(3) : มกราคม, 2548. “ธุรกิจนวดแผนโบราณและธุรกิจ Spa” ม.ป.ป. <<http://www.elanna.net>> 25 มีนาคม 2548.
- บุญชม ศรีสะอาด. วจวิธีการทางสถิตสาหรับการวจย เล่ม1. พมพครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สุวรียาสาสัน, 2541.
- วรเดช โพธิระดก. ปจจยที่มีความสาคญต่อการเลอกใช้บริการธุรกิจสปาในเขตอาเภอปากชอง จังหวดนครราชสีมา. การศกษาปญหาพิเศษ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิททยาลยมหาสารคาม, 2548.
- ววจ รงผั่ง. “ทอองเทยวเพื่อสูกภาพกับสปาแบบไทยๆ”, อนุสาร อสท. 52(4) : 37-50 ; กันยายน, 2546.
- วิทยา ดานธารงกุล. การบริหาร. กรุงเทพฯ : วรันต เอ็ดดูเคชน, 2546.
- ศจรวรณ เสรจจัน และคณะ. กลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : อีระฟลคและไซแทกซ, 2541.
- สานกงานสาธารณสุขจังหวดชลบุรี. ช้อมูลการขออนุญาตผู้ประกอบบริการสปา. ชลบุรี : สานกงานสาธารณสุขจังหวดชลบุรี, 2551.
- สขุมลลย หมันจเรญ. กระบวนการจกการธุรกิจสมุนไพรอไทยและสงเสริมอาชีพทอองถัน อาเภอเมือง จังหวดลาปาง. เชยงใหม่ : มหาวิททยาลยเชยงใหม่, 2546.
- สมจตรา จจรวุฒนันท. การจกการธุรกิจชุมชน : กรณศกษากลุ่มแพพรรณ จังหวดขอนแก่น. การศกษาปญหาพิเศษ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิททยาลยมหาสารคาม, 2542.