



รายงานฉบับสมบูรณ์

ศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทย
ในจังหวัดเชียงราย

The Potential and Readiness of Thai Massage
in Chiang Rai

โดย ยุพิน หมีใจเจริญ และคณะ

กรกฎาคม 2550



สัญญาเลขที่ RDG4800029

รายงานฉบับสมบูรณ์

ศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

The Potential and Readiness of Thai Massage in Chiang Rai

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | | |
|-----------------|-------------|--|
| 1.นางยุพิน | หมี่ใจเจริญ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย |
| 2.นางสาววริวรรณ | ศิริจันทร์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย |
| 3.นายนิติศักดิ์ | เจริญรูป | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย |

ชุดโครงการการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
กลุ่มจังหวัดล้านนา

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากเงินงบประมาณสนับสนุนจากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ใน ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ นายชัยยง เอื้อวิริยานุกูล อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์อวยพร บัวใบ รองอธิการบดีเขตพื้นที่เชียงราย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ให้การสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยที่ได้ให้ความช่วยเหลือแนะนำอย่างดีเยี่ยม ตลอดจนให้ความเอาใจใส่ในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ ดร.สิริโสม พิเชษฐบุญเกียรติ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย ที่กรุณาให้คำแนะนำในการวิจัยอย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณ นางมยุรี วรรณไกรโรจน์ นักวิชาการสาธารณสุข 8 หัวหน้างานการแพทย์แผนไทย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย ที่ได้ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือเกี่ยวกับข้อมูลทางการนวดแผนไทยของจังหวัดเชียงรายด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการนวดแผนไทยที่ให้ความร่วมมือระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

ขอขอบคุณคณาจารย์และนักศึกษาลาชาวิชาการบัญชี ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านอื่นๆ รวมทั้งครอบครัวและเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ส่งเสริมสนับสนุนและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา

ยุพิน หนีใจเจริญ

วริวรรณ ศิริจันทร์

นิติศักดิ์ เจริญรูป

31 พฤษภาคม 2550

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีจุดเด่นทางการท่องเที่ยว คือ ความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ความโดดเด่นทางด้านภาษา วัฒนธรรมและประเพณี ประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม สามารถตอบสนองทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการได้ แต่ยังขาดความชัดเจนในการพัฒนาว่าจะพัฒนาไปในทิศทางใด

การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายให้ยั่งยืนได้นั้น จะต้องพิจารณาให้ดีว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ คือ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวต้องมารับสินค้าด้วยตนเองแทนที่สินค้าจะไปหาผู้ซื้อ สำหรับตัวสินค้าก็มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปคือ ผู้ซื้อไม่สามารถเก็บสินค้าไว้เป็นสมบัติได้ แต่ผู้ซื้อจะได้รับความรู้สึก ความพึงพอใจ ความแปลกใหม่ ประเทืองปัญญา พักผ่อน สนุกสนาน ฉะนั้น ความคุ้มค่าของผู้ซื้อจึงอยู่ที่ความรู้สึกพึงพอใจประทับใจ และมีการบอกเล่าถึงความประทับใจแก่ผู้อื่น และสิ่งสำคัญของการให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว นั่นคือ ความปลอดภัยและความพึงพอใจ ซึ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าสินค้าด้านการท่องเที่ยว

การวางแผนไทยในจังหวัดเชียงรายเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ควรได้รับการส่งเสริมเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ หากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการ และด้านตลาดจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจเป็นที่ต้องการใช้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว

การจัดทำวิจัยในหัวข้อเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมการวางแผนไทยในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการให้บริการวางแผนไทยแก่นักท่องเที่ยว ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการวางแผนไทย และศึกษารูปแบบการให้บริการวางแผนไทยในจังหวัดเชียงราย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) สำหรับนักท่องเที่ยวของไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ประกอบการวางแผนไทยในจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นจากการจัดทำวิจัยในประเด็นการค้นหาคำศัพท์และความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ระดับความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รูปแบบของการบริการการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย ปัญหาของการประกอบธุรกิจการนวดแผนไทย และข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย

จากประเด็นการวิจัยในเรื่องดังกล่าว ได้ผลการวิจัยที่ได้ข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายได้ดังนี้ 1) ควรมีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการนวดแผนไทย 2) สร้างความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการและส่วนราชการเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ควรมีการจัดอบรมมาตรฐานการนวดจากส่วนราชการ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 4) ส่วนราชการควรเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องการจัดหาแหล่งเงินทุนที่จะพัฒนาสถานประกอบการ 5) ควรมีการส่งเสริมให้สถานประกอบการจัดร้านแบบล้านนา โดยใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น และมาจากธรรมชาติ จัดร้านให้สื่อถึงการนวดแบบแผนไทย เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่ามีธุรกิจอื่นแอบแฝง

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0029

ชื่อโครงการ : ศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : ยุพิน มีใจเจริญ, วรวิพรรณ ศิริจันทร์, นิติศักดิ์ เจริญรูป

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

Email Address : kumpapan@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 ถึง 30 มิถุนายน 2549

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการนวดแผนไทย ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการนวดแผนไทย และเพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการนวดแผนไทย ในจังหวัดเชียงราย การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาจากประชากร 3 กลุ่มคือ ผู้ประกอบการนวดแผนไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย สำหรับผู้ประกอบการทำการศึกษโดยจัดประชุมเพื่อสนทนากลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และนักท่องเที่ยวชาวไทยทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับสูง เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านการนวด มีความสามารถเรื่องการบริหารจัดการ มีความสามารถด้านการตลาด แต่การประกอบการนวดในจังหวัดเชียงรายยังขาดความชัดเจนเรื่องรูปแบบของการนวดแผนไทยที่จะสร้างเป็นเอกลักษณ์การนวดของจังหวัด

ด้านความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการนวด เช่น ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร และจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะใช้บริการนวด อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยเป็นอย่างมาก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพอใจในความมีอัธยาศัยไมตรี และเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ซึ่งแตกต่างและดีกว่าสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ

การนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย ว่าควรมีการจัดทำป้ายโฆษณาที่ชัดเจน อ่านง่ายและควรมีการแยกห้องนวด เพื่อให้บริการเรื่องความเป็นส่วนตัวมากขึ้น

และในการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายเพื่อสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้ 1) ควรมีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการนวดแผนไทย 2) มีความร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการและส่วนราชการเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) ควรมีการจัดอบรมมาตรฐานการนวดจากส่วนราชการ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย 4) ส่วนราชการควรเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องการจัดหาแหล่งเงินทุนที่จะพัฒนาสถานประกอบ 5) ควรมีการส่งเสริมให้สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายจัดร้านแบบล้านนา โดยใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น หาง่าย ราคาไม่แพง และมาจากธรรมชาติ จัดร้านให้ดูดีแล้วสบายใจ สามารถมองเห็นจากด้านนอกได้อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่ามีธุรกิจอื่นแอบแฝง

คำหลัก : ศักยภาพ, ความพร้อม, การนวดแผนไทย

Abstract

Project Code : RDG48O0029

Project Title : The Potential and Readiness of Thai Massage in Chiang Rai

Investigators : Yupin Meejaicharoen , Wareewan Sirichan , Nitisak Charoenroop
Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Rai

E-mail Address : kumpapan@hotmail.com

Project Duration : 1 July 2005 – 31 June 2006

The objective of this research was to study the potential and readiness of Thai massage, satisfaction and need of tourist in services Thai massage and study the style of service's Thai massage in Chiang Rai. This research was quantitative and qualitative. The data was study by population 3 groups: Entrepreneur's Thai massage was study by focus groups, Thai Tourists was study by using questionnaire and foreign tourists were study by in-depth interview.

The potential and readiness of entrepreneur found that most of the entrepreneur had readiness because they have knowledge massage, management and marketing but no have style of Chiang Rai.

The satisfied and needed of Thai and foreign tourists found that they have satisfied in service sector price, place and information. The analysis relation of tourist's needed found that an occupation make decision of the most effect for service massage. Foreign tourists was satisfied of friendship and suggested that Thai massage should have private room and big signboard.

Suggestion of this research was that should have establish of assembly, to cooperate between government and private individual, to train massage's standard by government, government help to capital and promote Lanna style.

Keyword : Potential, Readiness, Thai Massage

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	
	หลักการและเหตุผล	1
	คำถามการวิจัย	3
	วัตถุประสงค์	3
	ขอบเขตการศึกษา	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
	กรอบแนวคิด	4
บทที่ 2	ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	ประวัติการนวดแผนไทย	6
	ทฤษฎีการนวดแผนไทย	7
	ลักษณะทั่วไปของการประกอบธุรกิจนวดแผนไทย	11
	ทฤษฎีทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	18
	แนวคิดพื้นฐานด้านการจัดการ	26
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	30
	ทฤษฎีความพึงพอใจ	32
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
	วิธีการศึกษา	45
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	47
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
	ประเด็นการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายหรือไม่	51
	ประเด็นการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับใด	51

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
ประเด็นนักท่องเที่ยวนมีความพึงพอใจในการรับบริการการนวดแผนไทยหรือไม่ อย่างไร	52
ประเด็นนักท่องเที่ยวนมีความต้องการในการรับบริการการนวดแผนไทยหรือไม่ อย่างไร	59
การนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร	61
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา เพื่อตอบคำถามการวิจัย	78
การอภิปรายผล	80
ปัญหาและอุปสรรคในการทำวิจัย	81
ข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย	81
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	86
แบบสอบถาม (ภาษาไทย)	87
แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	93
ภาคผนวก ข	94
ภาพประกอบ	95
ประวัติย่อผู้วิจัย	97

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
ตารางที่ 2	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการนวดแผนไทยของ ผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายด้านการให้บริการ	56
ตารางที่ 3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการนวดแผนไทยของ ผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายด้านราคา	56
ตารางที่ 4	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการนวดแผนไทยของ ผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่	57
ตารางที่ 5	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการนวดแผนไทยของ ผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายด้านข้อมูลข่าวสาร	57
ตารางที่ 6	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการการนวดแผนไทยของ ผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายด้านการบริหารจัดการ	58
ตารางที่ 7	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
ตารางที่ 8	ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการ และรูปแบบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย	61
ตารางที่ 9	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการใช้บริการ นวดแผนไทย	63
ตารางที่ 10	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความสนใจที่จะใช้ บริการนวดแผนไทย	63
ตารางที่ 11	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการใช้บริการ นวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย	64
ตารางที่ 12	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอายุและการใช้บริการ นวดแผนไทย	64
ตารางที่ 13	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอายุและความสนใจ ที่จะใช้บริการนวดแผนไทย	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 14	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอายุและการใช้บริการ นวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย	66
ตารางที่ 15	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและ การให้บริการนวดแผนไทย	67
ตารางที่ 16	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและ ความสนใจที่จะใช้บริการนวดแผนไทย	68
ตารางที่ 17	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและ ความสนใจที่จะใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย	69
ตารางที่ 18	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและการใช้บริการ นวดแผนไทย	70
ตารางที่ 19	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและความสนใจที่จะ ใช้บริการนวดแผนไทย	71
ตารางที่ 20	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและการใช้บริการ นวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย	72
ตารางที่ 21	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ การนวดแผนไทย	73
ตารางที่ 22	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความสนใจที่จะใช้บริการนวดแผนไทย	74
ตารางที่ 23	แสดงค่าสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและ การให้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย	75

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	19
ภาพที่ 2.2 กระบวนการจัดการ	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จากยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 - 2551 ตามมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 29 มิถุนายน 2547 ณ จังหวัดลำพูน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืนเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้และโอกาสการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง ประกอบด้วย การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีจุดเด่นทางด้านการท่องเที่ยว คือ ความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ความโดดเด่นทางด้านภาษา วัฒนธรรมและประเพณี ประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม สามารถตอบสนองทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการได้ แต่ยังคงขาดความชัดเจนในการพัฒนาว่าจะพัฒนาไปในทิศทางใด

ทิศทางการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวก็เป็นทิศทางหนึ่งที่ต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมที่มีอยู่เพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การนวดแผนไทย ธุรกิจสปา ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร หัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้เป็นธุรกิจที่จะช่วยส่งเสริมหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะการนวดแผนไทยที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจที่จะรักษาสุขภาพด้วยกรรมวิธีทางตะวันออกซึ่งเป็นสิ่งที่แปลกใหม่สำหรับพวกเขา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หันมาให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพด้วยวิธีการรักษาแบบโบราณ หรือวิธีการรักษาแบบดั้งเดิมที่เคยใช้มาแล้ว แต่ได้ถูกลืมไปเมื่อเห็นว่าการรักษาแบบการแพทย์ตะวันตก เช่น การใช้ยาปฏิชีวนะ ได้ผลดีกว่าการรักษาแบบการแพทย์พื้นบ้านที่มักจะเห็นผลช้ากว่า แต่ด้วยแรงจูงใจจากสื่อทางโทรทัศน์ นิตยสาร วารสารต่าง ๆ ที่ทั้งทางเอกชนและรัฐบาลใหม่กระพือชวนเชิญให้หันมาทำกายภาพบำบัด หรือใช้การรักษาแบบการแพทย์

พื้นบ้าน โดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุข ที่ทำการส่งเสริมการรักษาแบบการแพทย์พื้นบ้านอย่างจริงจัง

การนวดแผนโบราณ หรือการนวดแผนไทย ถือเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ชาวจังหวัดเชียงรายคุ้นเคยและใช้ในการรักษาอาการเจ็บปวดให้ทุเลาหายไปมาช้านานแล้ว ด้วยวิถีภูมิปัญญาของชาวเชียงรายที่อาศัยธรรมชาติในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ ด้วยความรู้ทางการแพทย์พื้นบ้านที่สั่งสมมาจากบรรพบุรุษถ่ายทอดความรู้สืบทอดกันต่อ ๆ มาจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งจนกลายมาเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นในครอบครัวเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ให้บริการสำหรับคนชาวเชียงรายเท่านั้น แต่เมื่อได้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจการนวดก็ถูกปรับเปลี่ยนให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรมที่เจ้าของทำการเปิดร้านนวดภายในโรงแรมและจัดสถานที่เพื่อบริการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย แต่ก็มีธุรกิจการนวดขนาดเล็กเปิดขึ้นมาอย่างมากมายตามข้างถนนหนทาง คือพร้อมรับใช้ลูกค้าได้ทุกเมื่อ จากการสำรวจร้านเล็ก ๆ เหล่านี้พบว่าลูกค้าก็มาใช้บริการการนวดแผนไทยไม่แตกต่างจากในร้านใหญ่ ๆ มากนัก ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบและประทับใจในวิธีการนวดมากกว่าส่วนประกอบของร้านและสถานที่ที่ให้บริการ เนื่องจากมีทุนในการจัดการน้อย จึงบริการลูกค้าด้วยสถานที่ที่คับแคบ แตกต่างจากร้านที่มีทุนขนาดใหญ่ โดยลักษณะการประกอบธุรกิจจะต่างคนต่างทำ จึงทำให้ไม่เป็นจุดเด่นหรือจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว

ดังนั้นการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายที่มีอยู่บ้างแล้ว จึงน่าจะสามารรถนำไปใช้ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้บ้าง จึงควรจะศึกษาศักยภาพที่มีอยู่ของธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย เพื่อจะสามารถปรับปรุงจากธุรกิจบริการขนาดเล็กที่ทำขึ้นภายในครอบครัวให้เป็นธุรกิจบริการที่มีมาตรฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้ และสามารถที่จะบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยเพื่อให้ได้ข้อมูลสนับสนุนการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงรายสู่ความยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. การนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายหรือไม่
2. การนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับใด
3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการรับบริการการนวดแผนไทยหรือไม่ อย่างไร
4. นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการรับบริการนวดแผนไทยหรือไม่ อย่างไร
5. การนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการให้บริการนวดแผนไทยแก่นักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการนวดแผนไทย
3. เพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย ทำการกำหนดพื้นที่เฉพาะจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วย 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากร ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

ดังนี้

1. ผู้ประกอบการนวดแผนไทย
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความมีศักยภาพ ระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่อยากจะได้รับการให้บริการจากผู้ประกอบการ การบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด และรูปแบบการให้บริการที่นักท่องเที่ยวต้องการ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ศักยภาพ หมายถึง คุณสมบัติที่แฝงอยู่หรือจุดแข็งของธุรกิจการนวดแผนไทย ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาให้โดดเด่นปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ผู้บริหารมีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจการนวดแผนไทยและมีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ที่สามารถทำให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าได้

ความพร้อม หมายถึง การรวมเอาศักยภาพ ความรู้ความสามารถ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ การวางแผนการดำเนินงาน ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ความต้องการ หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการบริการ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อื่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และให้หมายความรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยเสียค่าบริการด้วย

การนวดแผนไทย หมายถึง หลักการนวดแบบไทยตามตำราไทยโบราณซึ่งแบ่งการนวดออกเป็น 2 แบบ ได้แก่ การนวดแบบราชสำนัก และการนวดแบบเชลยศักดิ์

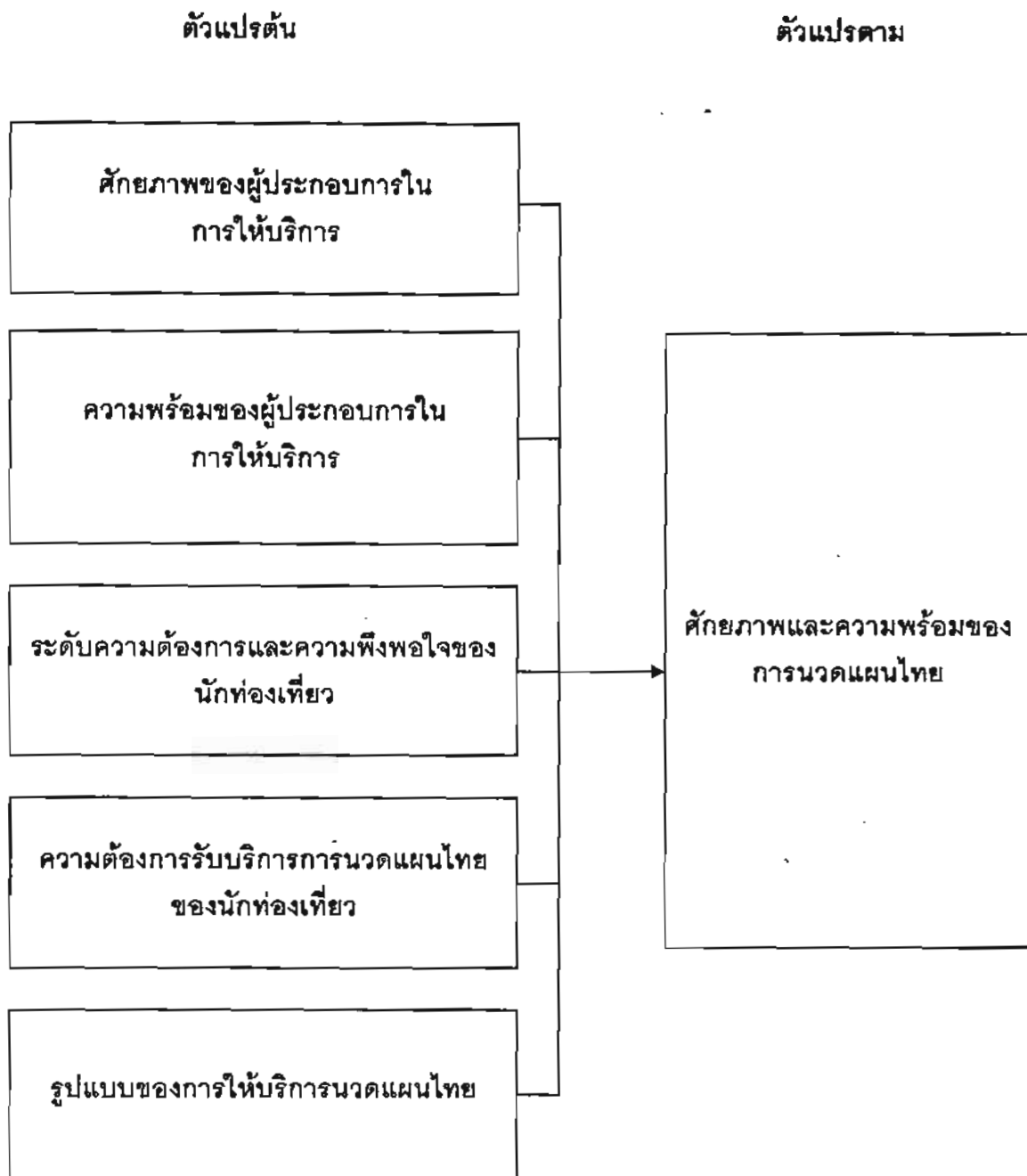
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

รูปแบบการบริการ หมายถึง วิธีการนวดแผนไทยแบบต่าง ๆ ได้แก่ การนวดแผนไทยแบบกดจุดจับเส้น การนวดฝ่าเท้า การประคบสมุนไพร การนวดเพื่อรักษา การนวดน้ำมัน

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

1.6 กรอบแนวคิด

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความมีศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการนวดแผนไทยของชาวเชียงราย และศึกษาความต้องการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการของผู้ประกอบการนวดแผนไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำมาจัดทำแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดเชียงรายต่อไป ซึ่งสามารถสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอการทบทวนเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจการนวดแผนไทยบางราย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

2.1.1 ประวัติการนวดแผนไทย

2.1.2 ทฤษฎีการนวดแผนไทย

2.1.3 ลักษณะทั่วไปของการประกอบธุรกิจการนวดแผนไทย

2.1.4 ทฤษฎีทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

2.1.5 แนวคิดพื้นฐานด้านการจัดการ

2.1.6 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

2.1.7 ทฤษฎีความพึงพอใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ประวัติการนวดแผนไทย

การนวดแผนไทยกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั้งจากคนไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้การนวดแผนไทยนอกจากจะเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษของไทยแล้วยังมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจอย่างยิ่ง การนวดแผนไทยหรือแผนโบราณเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่มีมาแต่โบราณกาลเกิดขึ้นจากสัจยชาตญาณเบื้องต้นของการอยู่รอด เมื่อมีอาการปวดเมื่อยหรือเจ็บป่วยของตนเองหรือผู้ใกล้ชิด มักมีการลูบไล้บิบนวดบริเวณดังกล่าว ทำให้อาการปวดเมื่อยคลายลง แรก ๆ เป็นไปโดยมิได้ตั้งใจ ต่อมาเริ่มสังเกตเห็นผลของการบิบนวดบริเวณดังกล่าว ทำให้อาการปวดเมื่อยคลายลง หรือสังเกตเห็นผลของการบิบนวดในบางจุดจึงเก็บไว้เป็นประสบการณ์ และกลายเป็นความรู้ที่สืบทอดกันต่อ ๆ มา จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ความรู้ที่ได้จึงสะสมจากลักษณะง่าย ๆ ไปสู่ความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น จนกระทั่งสามารถสร้างเป็นทฤษฎีการนวดกลายเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีบทบาทบำบัดรักษาอาการโรคภัยบางอย่างได้

ทางด้านความเป็นมาของการนวดมีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาลแล้ว ณ ประเทศอินเดีย โดยท่านบรมครูชีวกโกมารภัจจ์ ซึ่งเป็นทั้งหมอยา หมอรักษา และหมอนวดประจำตัวพระพุทธเจ้า ได้รับการถ่ายทอดวิชาการนวดจากพระฤาษีที่เป็นบรมครูนวด ชื่อพระฤาษีสมิติ

เมื่อพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรือง ผ่านมาทางประเทศจีน และเข้ามาสู่เมืองไทยโดยการนำของพระสงฆ์ หลักฐานการนวดที่เก่าแก่ที่สุดคือ ศิลาจารึก ที่ขุดพบที่ปามะม่วง ในสมัยพ่อขุนรามคำแหง เมื่อถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา ในรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช การแพทย์แผนไทยรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนวดไทย จนมีปรากฏในทำเนียบศักดินาข้าราชการฝ่ายทหารและพลเรือน ที่ตราขึ้นในปี พ.ศ.1998 โปรดให้แต่งตั้งกรมหมอนวด ให้บรรดาศักดิ์เป็นปลัดฝ่ายขวา มีศักดินา 300 ไร่ ฝ่ายซ้ายมีศักดินา 400 ไร่ หลักฐานจากจดหมายเหตุราชทูตลาอูแบร์ ประเทศฝรั่งเศสในบันทึกเรื่องหมอนวดในแผ่นดินสยาม มีความว่า..."ในกรุงสยามนั้น ถ้ามีใครป่วยไข้ลงก็จะเริ่มทำเส้นสายยืด โดยผู้ชำนาญทางนี้ขึ้นไปบนร่างกายคนไข้แล้วใช้เท้าเหยียบ"...ในสมัยรัตนโกสินทร์การแพทย์แผนไทยได้สืบทอดมาจากสมัยอยุธยา แต่เอกสารและวิชาความรู้บางส่วนสูญหายไปในการะสงคราม ทั้งยังถูกจับเป็นเชลยส่วนหนึ่ง เหลือหมอพระตามหัวเมืองอยู่เป็นจำนวนมาก พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงโปรดให้ระดมปั้นรูป ฤาษีดัดตน 80 ท่า และจารึกสรรพวิชาการนวดไทย ลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพ แสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียด ประดับบนผนังศาลาราย และบนเสา ภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ต่อมาใน พ.ศ.2397 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ยังมีกรมหมอนวดเช่นเดียวกับสมัยอยุธยา และทรงโปรดให้หมอยา หมอนวด ถวายการรักษาความเจ็บป่วยยามทรงพระประชวร แม้เสด็จประพาสแห่งใด ต้องมีหมอนวดถวายงานทุกครั้ง

2.1.2 ทฤษฎีการนวดแผนไทย

ยงค์ดี ดันติปิฎก (2540) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการแพทย์แผนไทยเกี่ยวกับเบญจขันธ์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบแห่งชีวิตไว้ว่า เบญจขันธ์ หรือ ขันธ์ 5 เป็นองค์ประกอบแห่งชีวิต มี 5 หมวด ได้แก่ รูปเวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณ ทั้งหมดนี้ประกอบกันเป็นมนุษย์คนหนึ่ง ซึ่งในแต่ละหมวดจะมีองค์ประกอบย่อยอีกมากมาย ซึ่งองค์ประกอบย่อยเหล่านี้เองที่เป็นสาเหตุแห่งการเกิดโรค ถ้าองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งบกพร่อง หรือเสื่อมสภาพจะทำให้เจ้าของร่างกายเกิดอาการเจ็บป่วย ดังนั้นผู้ที่จะเป็นแพทย์แผนไทยได้นั้นจะต้องมีความรู้เรื่องของเบญจขันธ์เป็นอย่างดี สามารถวินิจฉัยโรคได้ สามารถรู้สาเหตุของข้อบกพร่องของร่างกายหรือสาเหตุของโรคได้ ซึ่งการรักษาอาการเจ็บป่วยด้วยการนวดแผนไทยก็เช่นกัน หมอนวดจะต้องวินิจฉัยเกี่ยวกับสาเหตุอาการ

ของการเจ็บป่วยและสามารถนวดรักษาให้ถูกจุดและถูกต้องได้ เพื่อช่วยให้ผู้ป่วยหายจากอาการเจ็บป่วยหรือบรรเทาอาการเจ็บป่วยนั้น ๆ ได้

มูลนิธิสาธารณสุขกับการพัฒนาและคณะ (2541) เป็นเอกสารประกอบการนวดและฝึกอบรมหลักสูตรการนวดไทย ชั้นกลาง ซึ่งได้แบ่งท่านวดในท่าหลักไว้ดังนี้

1. การนวดในท่านอนตะแคง
2. การนวดในท่านอนคว่ำ
3. การยืดเส้นในท่านอนหงาย
4. การนวดในท่านั่ง

จากท่านวดต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ ผู้นวดจะต้องมีความรู้ในเรื่องท่าการนวด เช่น ถ้าจะนวดในท่านอนตะแคง นอนคว่ำ นอนหงาย หรือท่านั่งนั้น จะต้องอยู่ในท่าหรือลักษณะการนวดอย่างไร เพื่อป้องกันผู้นวดไม่ให้เกิดอาการเจ็บปวดขณะที่นวด การนวดในท่านอนตะแคงนั้นเหมาะสำหรับนวดข้อด้านใน การนวดท่านอนคว่ำ เหมาะสำหรับการนวดฝ่าเท้า น่อง ขาด้านหลัง และนวดหลัง ส่วนการนวดในท่านั่งนั้น เหมาะสำหรับการนวดไหล่ แขนหลัง สะบัก และการนวดหัว

มูลนิธิสาธารณสุขกับการพัฒนาและคณะ (2541) ได้เขียนหนังสือ ตำราการนวดไทย กล่าวถึงการนวดไทยบำบัด มีการนวดเพื่อบำบัดและบอกถึงลักษณะการนวดเพื่อบำบัดไว้ดังนี้ การนวดแก้ปวดชา เช่น การนวดแก้ปวดหลัง การนวดแก้ปวดแขน ไหล่ การนวดแก้ปวดคอ ศีรษะ การนวดแก้เป็นลม การนวดแก้ตกลมนอน การนวดแก้สะบักจม การนวดแก้จุกเสียด การนวดแก้ท้องผูก การนวดแก้ปวดประจำเดือน การนวดแก้ตะคริว และการนวดแก้ข้อเท้าแพลง ลักษณะการนวดดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นการนวดเพื่อรักษา หรือฟื้นฟูข้อบกพร่องของอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งสามารถใช้การนวดบำบัด รักษาและฟื้นฟูให้อวัยวะส่วนต่าง ๆ ให้หายเป็นปกติได้ และยังเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาการนวดแผนไทยที่บรรพบุรุษของไทยได้สั่งสมและสืบทอดมาจนปัจจุบันและเป็นที่รู้จักไปแล้วทั่วโลกในปัจจุบัน

มานพ ประภาษานนท์ (2543) กล่าวถึงการนวดไทยมี 2 แบบคือ

1. การนวดแบบราชสำนัก กลุ่มเป้าหมายของการนวดนี้ คือ เจ้านายชั้นผู้ใหญ่ ผู้มียศถาบรรดาศักดิ์ที่อยู่ในรั้วในวัง เป็นต้น ฉะนั้นการนวดจึงจำเป็นต้องมีความสุภาพเรียบร้อย มีมารยาทดี มีความเคารพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ฉะนั้นการนวดจึงถูกออกแบบให้มีความสุภาพมาก นั่นคือจะใช้เพียงนิ้วมือและมือเท่านั้นในการนวดสัมผัสกับผู้ถูกนวด จะไม่ใช่ศอก เข่า เท้า และก็ต้องเลือกผู้ที่จะมาเรียนการนวดแบบนี้อย่างพิถีพิถัน ต้องดูความตั้งใจจริง ต้องดูรูปร่างว่าเหมาะสมจะเป็นหมอนวดหรือไม่ ดุณิสนัยใจคอว่าเป็นอย่างไร การเรียนการสอนจะเป็น

แบบเข้มข้น มีการเรียนทฤษฎีทางด้านโครงสร้างของร่างกาย การนวดด้วยแรงเท่าใด ตำแหน่งไหน เวลาเท่าใด พร้อมทั้งสอนเรื่องจรรยาบรรณไปด้วย มีทั้งการสาธิตภาคปฏิบัติ และภาคทฤษฎี อย่างจริงจังอาจใช้เวลาเรียนนาน 3-5 ปี จนกว่าครูผู้สอนจะพอใจในฝีมือ จึงจะยอมให้ออกไปเป็นหมอนวดได้

2. การนวดแบบเชลยศักดิ์ การนวดแบบนี้จะเรียกว่าเป็นการนวดแบบทั่วไปก็ได้ เพราะกลุ่มเป้าหมายคือชาวบ้านทั่ว ๆ ไปนี่เอง ไม่ได้มียศศักดิ์อะไร ฉะนั้นแนวทางการนวดจึงค่อนข้างจะเป็นกันเอง ไม่ต้องมีความสุภาพมากมายอะไรนัก สามารถใช้ทั้งมือ เท้า คอ ก เข่า ได้ตามสบาย มีทั้งการดัด การดึง การลูบ ใช้เทคนิคต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน และมีความใกล้ชิดกับ ผู้ถูกนวดมากกว่า การเรียนการสอนก็จะไม่เคร่งครัดมากนัก มักจะเป็นการเรียนแบบตัวต่อตัว เน้นที่ภาคปฏิบัติมากกว่า ใครอยากเรียนก็สมัครเรียนได้ ไม่ต้องเลือกเฟ้นลูกศิษย์มากนัก ระยะเวลาเรียนก็แล้วแต่ ตกอยู่กับอาจารย์ เรียนจนอาจารย์พิจารณาว่าใช้ได้แล้วก็ถือว่าจบออกไปเป็นหมอนวดได้ การเรียนการสอนแบบนี้อยู่ที่วัดโพธิ์ วัดสามพระยาและวัดปรินายก เป็นต้น

ปัจจุบันในสถานบริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่จะให้การนวดทั้งสองแบบผสมกันเพื่อให้ผู้ใช้บริการนวดได้รับความสบายและช่วยให้การนวดได้ผลยิ่งขึ้น

ประโยชน์ บุญสินสุข (2525) กล่าวไว้ในหนังสือคู่มือการนวด ถึงการเตรียมสำหรับการนวดว่าจะต้องเตรียมสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สถานที่และอุปกรณ์ ประกอบไปด้วย ห้องนวดควรมิดชิดมีม่านปิด แต่ให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก เติงที่ใช้นวดต้องแข็งแรง และสูงพอเหมาะ เบาะที่ปูเตียงต้องแน่น หมอนที่ใช้หนุนต้องนุ่มไม่หนาเกินไป มีผ้าสะอาด 1 ผืน คลุมผู้ถูกนวดเวลานวด เก้าอี้สูงพอเหมาะสำหรับผู้นวดนั่งในการนวดบางท่า อาจมีสายวัด วัดเส้นรอบขาดูความลึบของกล้ามเนื้อ แขนง หรือน้ำมัน หรือยาที่เป็นครีมเพื่อให้ลื่นมือเวลานวด กรณีส่วนที่ถูกนวดเย็น อาจจะทำให้ความร้อนก่อนโดยใช้ กระเป๋าน้ำร้อน หรือลูกประคบ อาจใช้น้ำแข็งประคบหรือสารเคมีฉีดพ่นให้เกิดความเย็น ใช้ในกรณีข้อเคล็ด หรือเท้าแพลง

2. ผู้นวด แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผอมสะอาดไม่รุงรัง เสื้อควรเป็นแขนสั้น เพื่อสะดวกในการทำงานไม่รัดรูปจนเกินไป กางเกงที่ใส่ต้องไม่คับ เพื่อให้ก้าวไปมาได้สะดวก รองเท้าไม่ควรใช้ส้นสูง ควรใส่รองเท้าที่มีสายรัดหรือรองเท้าผ้าใบที่มีส้นเล็กน้อย ผู้นวดต้องมีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง มีกำลังพอสมควร มือผู้นวดต้องหนาและนิ้วควรยาวพอสมควร มือต้องสะอาด ดัดเล็บสั้น ไม่ใส่แหวน ไม่ควรทาเล็บ ระวังอย่าให้มือเป็นแผล เพราะอาจเกิดติดเชื้อได้

3. ผู้ถูกนวด แต่งกายตามความเหมาะสม เลือเสื้อผ้าต้องสะอาด ไม่รัดตัวจนเกินไป นอนอย่างสบาย ส่วนที่จะนวดต้องเปิดออก ในกรณีนวดแผนปัจจุบัน และมีผ้าปิดส่วนอื่นไว้ ส่วนที่จะนวดต้องสะอาด อาจเช็ดตัวและฟอกสบู่เสียก่อน หลังจากนวดแล้ว ถ้าใส่แป้งหรือน้ำมันต้องเช็ดออก

4. มารยาทในการนวด ไม่ควรอยู่สองต่อสองกับผู้ป่วยต่างเพศกัน ผู้หญิงนวดผู้ป่วยชายต้องระมัดระวังอย่าใส่กลิ่นอบประทุ ผู้นวดห้ามขึ้นไปนั่งหรือยืนบนเตียงผู้ป่วย นอกจากการนวดไม่ควรพูดจาให้ผู้ป่วยเคอะเขิน ไม่ใช้อวดตนเอง สามารถอธิบายให้ผู้ป่วยเข้าใจความรู้สึกและผลของการนวดได้

5. ข้อบ่งชี้ในการนวด การบวม (ที่ไม่ได้เกิดจากการอักเสบ) มี 2 ชนิด คือ

5.1 บวมน้ำ เกิดจากการคั่งของเลือดและน้ำ

5.2 บวมเนื่องจากการอุดตันของท่อน้ำเหลือง

นอกจากนี้ยังสามารถนวดกล้ามเนื้อ แขน ขา ขับ เส้นเอ็น โดยการปรบ ภาวะที่เกิดแผลเป็นที่ผิวหนัง ในกล้ามเนื้อ ข้อติด เนื่องจากไม่ได้ใช้งาน หรือฉีกขาดนวดเยื่อหุ้มข้อและกล้ามเนื้อที่อยู่โดยรอบ เป็นตะคริว กรณีที่มีความเจ็บปวด (นวดเบา ๆ ลูบไล่) ห้ามกดหรือบิดข้อแพลง เจ็บปวด การฉีกขาดของกล้ามเนื้อเอ็น พังผืดจากการใช้งานมากเกินไป ทำให้ปวดแต่ยังไม่ถึงกับฉีกขาด การนวดเพื่อการขับถ่าย เช่น เด็ก ๆ ถ้านวดบริเวณกระเพาะปัสสาวะเบา ๆ จะทำให้เด็กขับปัสสาวะออกมาได้ นวดตามจุดต่าง ๆ ที่ให้ฝังเข็มหรือในตำรานวดแผนโบราณเพื่อแก้อาการต่าง ๆ

6. ข้อห้ามในการนวด บริเวณบาดแผล บริเวณที่เป็นมะเร็ง บริเวณที่เกิดฝีดำเพราะเนื้อตายจากเส้นเลือดอุดตันหรือเลือดไปเลี้ยงน้อย เส้นเลือดอักเสบ โรคผิวหนัง เพราะทำให้เชื้อแพร่ออกไป เกิดอักเสบอย่างเฉียบพลัน เพราะการนวด ขณะมีไข้ ครั่นเนื้อครั่นตัว กระตุกหักข้อเลื่อน ภาวะเลือดออก น้ำร้อนลวก ไฟไหม้ พอง ฝี ผู้ป่วยเบาหวาน ห้ามใช้การนวดที่รุนแรง เพราะอาจทำให้เกิดการซ้ำ ผู้ป่วยโรคหัวใจต้องระมัดระวังเพราะการนวดจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการไหลเวียนของเลือด อาจทำให้หัวใจเต้นเร็วขึ้นได้ ผู้ป่วยโรคกระเพาะปัสสาวะอักเสบ โรคติดต่อทุกชนิด ปอดอักเสบในระยะที่มีไข้

องค์ประกอบต่างๆ ทั้ง 6 อย่างนี้จะเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ที่จะต้องใช้ประกอบการนวดแผนไทย ซึ่งผู้นวดจะต้องศึกษาและเรียนรู้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะข้อบ่งชี้ในการนวด และข้อห้ามในการนวด ผู้นวดจะต้องจดจำให้ขึ้นใจ เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้ให้บริการหรือผู้ถูกนวดขณะที่มีการนวด ถ้าผู้นวดไม่มีความรู้ในเรื่องการนวดแต่นวดให้กับผู้ป่วยอาจจะทำให้ผู้ป่วยมีอาการแย่ลงไปอีก หรือผู้ป่วยที่เจ็บป่วยไม่มากมายนักแต่กลับต้องมี

อาการเจ็บป่วยมากยิ่งขึ้นหลังจากการนวด นอกจากอาการเจ็บป่วยจะแย่ลงแล้วยังจะทำให้ชื่อเสียงของหมอนวดเสื่อมลงและส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของการนวดแผนไทยอีกด้วย

จากประวัติการนวดแผนไทยและทฤษฎีการนวดดังกล่าวจะพบว่า ทุกคนได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการนวดมาช้านานนับแต่สมัยพุทธกาลแล้ว โดยการนวดในสมัยโบราณนั้นเป็นการนวดตามความรู้สึก ตามประสบการณ์ เมื่อรู้สึกหายเจ็บปวด ผ่อนคลายแล้ว จดจำสั่งสอนต่อกันมา แต่เมื่อการแพทย์แผนปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทมีการคิดค้นตามแนวทางวิทยาศาสตร์ ผู้คนได้หันมาสนใจการแพทย์แผนปัจจุบันกันมากขึ้นโดยการรับประทานยาเพื่อลดความเจ็บปวดและเพื่อรักษาให้หายได้เร็วขึ้น แต่การแพทย์แผนโบราณโดยเฉพาะการนวดก็มีได้หายไปไหน เป็นการนิยมในเฉพาะคนบางกลุ่ม และมีแพทย์บางท่านได้ให้ความสนใจทำการคิดค้น จดบันทึกและเขียนเป็นตำราให้เราได้ศึกษาไม่น้อยเลย กอปรกับปัจจุบันนี้ผู้คนได้หันมาสนใจในเรื่องอาหารปลอดสารพิษ อาหารชีวจิต การรักษาแบบชีวจิต การรักษาแบบการแพทย์แผนไทย การรักษาโดยใช้สมุนไพร และรักษาความเจ็บปวดตามร่างกายด้วยการนวด ลดการใช้ยากันมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากวารสารเกี่ยวกับสุขภาพหลาย ๆ ฉบับ รวมถึงในอินเทอร์เน็ต ก็หาอ่านได้ไม่ยาก จากการที่ผู้คนได้หันมาให้ความสนใจ จึงเกิดธุรกิจการเกี่ยวกับการแพทย์แผนไทยตอบสนองต่อผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการนวดแผนไทยด้วย และทุกคนก็ให้การต้อนรับธุรกิจการนวดแผนไทยนี้เป็นอย่างดี รัฐบาลให้การส่งเสริมโดยมอบหมายให้หน่วยงานราชการประสานงานและส่งเสริมความรู้ด้านการทำธุรกิจการนวดแผนไทยเพื่อให้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจได้ด้วย

2.1.3 ลักษณะทั่วไปของการประกอบธุรกิจนวดแผนไทย

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(2547) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการธุรกิจนวดแผนไทย ไว้ดังนี้

- ศักยภาพ/คุณสมบัติของผู้ประกอบการ
- การส่งเสริมการตลาด
- การบริหารงานธุรกิจนวดแผนไทย
- ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า
- การจัดห้องนวด
- อุปกรณ์หลักที่ใช้
- การจัดจ้างพนักงาน
- สถานที่ขอรับการอบรมเพิ่มเติม

ศักยภาพ/คุณสมบัติของผู้ประกอบการในการประกอบอาชีพมีดังนี้

- มีใจรักในการให้บริการ
- มีศีลธรรมและมีสัมมาอาชีวะ
- มีพื้นฐานความรู้ด้านการวางแผนไทย
- มีทำเลที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

การส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสำหรับการดำเนินธุรกิจขนาดแผนไทยได้หลายวิธี เช่น

- การติดต่อบริษัททัวร์ บริษัทท่องเที่ยว หรือโกลด์ เพื่อให้แนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการ
- การรับสมัครสมาชิก โดยไม่เก็บค่าสมาชิกหรือเก็บค่าสมาชิกในอัตราที่ต่ำพร้อมให้สิทธิประโยชน์แก่สมาชิก เช่น ส่วนลดแถมการใช้บริการ การสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า
- การจัดกิจกรรมประจำปีหรือตามเทศกาลต่าง ๆ
- การลงโฆษณาในนิตยสารแนวสุขภาพหรือชีวิต เป็นต้น
- การลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต
- การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้านและบริการในย่านที่ร้านตั้งอยู่

การบริหารงานธุรกิจขนาดแผนไทย

การบริหารงานธุรกิจขนาดแผนไทยแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ การบริหารภาพพจน์ภายนอก การบริหารจัดการภายใน และการบริหารลูกค้า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การบริหารภาพพจน์ภายนอก โดยธรรมชาติ ธุรกิจบริการมีส่วนที่จับต้องไม่ได้ ลูกค้าจะซื้อบริการก็ต่อเมื่อลูกค้าเชื่อว่าจะได้ในสิ่งที่ต้องการ ผู้ประกอบการจะต้องบริหารภาพพจน์ภายนอกของร้าน โดยสื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการ เช่น การตกแต่งร้านที่ดูสะอาดสบายตา สีไม่ฉูดฉาดเกินไป ประกาศนียบัตรรับรองการอบรมของพนักงานนวดทุกคนต้องติดไว้ให้ลูกค้ามองเห็นเด่นชัด พนักงานทุกคนแต่งกายเรียบร้อย พุดจาไพเราะ ติดป้ายบอกอัตราค่าบริการชัดเจน มีระบบรักษาความสะอาดของร้าน และอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้าขนหนู ฯลฯ

2. การบริหารจัดการภายใน การบริหารจัดการภายในร้านเป็นเรื่องสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ โดยปกติถ้าเป็นร้านขนาดเล็ก ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่หลายอย่าง คือเป็นทั้งผู้จัดการร้าน ดูแลด้านการเงิน จัดหาพนักงานนวด และจัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ แต่ถ้าเป็นร้านขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการอาจจ้างตำแหน่งงานเพิ่ม ดังนี้

2.1 ผู้จัดการร้านมาช่วยบริหารงานบริการ จัดนโยบายการตลาด งานบริหารบุคคล

2.2 สมุห์บัญชี รับผิดชอบการควบคุมบัญชีทรัพย์สิน รายรับ-รายจ่าย บริหารเงินทุนหมุนเวียน

2.3 พนักงานต้อนรับ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลด้านบริการและต้อนรับลูกค้า เก็บประวัติลูกค้า

สำหรับพนักงานนวด ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ ผู้ประกอบการอาจบริหารพนักงานนวดด้วยวิธีการ ดังนี้

1. กำหนดวันหยุดให้พนักงานในแต่ละเดือน
2. มีชุดฟอร์มให้พนักงานนวด
3. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหาร โดยจัดประชุมบอกเล่าปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างทำงานหรือผู้ประกอบการอาจสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการว่ามีจุดบกพร่องตรงไหน เพื่อหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงเดือนละ 2 ครั้ง
4. อบรมพนักงาน เพื่อพัฒนาฝีมือนวดให้ดียิ่งขึ้น เช่น เทคนิคการนวด
5. อบรมพนักงานด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น กรณีกลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างประเทศ
6. ผูกใจพนักงานนวดให้อยู่นาน ๆ ผู้ประกอบการต้องมีความเอาใจใส่บุคลากรให้พนักงานมีรายได้ที่พอเพียง เพราะความพอใจของพนักงานเป็นเรื่องสำคัญ ถ้าพนักงานมีความสุขในการทำงาน พนักงานก็จะให้บริการที่ดี

3. การบริหารลูกค้า การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการตลอดไป เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ฉะนั้น ผู้ประกอบการควรประเมินการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ทำแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นการบริการของร้าน แต่วิธีนี้ ลูกค้าบางรายอาจจะไม่ชอบเขียน ดังนั้น ร้านจึงควรสอบถามจากลูกค้าโดยตรงด้วย เพื่อนำเอาปัญหาหรือข้อคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุง

ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า

1. การต้อนรับลูกค้า ผู้ที่ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ควรเป็นผู้ประกอบการเอง เพราะสิ่งนี้จะสร้างความประทับใจแก่ลูกค้ามากกว่า ผู้ประกอบการควรดูว่าลูกค้าต้องการใช้บริการแบบไหน จากนั้น จึงทำการจัดลำดับการให้บริการแก่ลูกค้า กำหนดเตียงและพนักงานนวดให้ลูกค้า ถ้าไม่มีเตียงว่าง ผู้ประกอบการก็ควรจัดสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอ โดยระหว่างรอ ทางร้านอาจบริการน้ำชาหรือน้ำสมุนไพรให้ลูกค้า

กรณีพนักงานนวด ทางร้านอาจจัดลำดับการให้บริการสลับหมุนเวียนกัน เพื่อให้โอกาสแก่พนักงานเท่าเทียมกัน เช่น ถ้าร้านมีพนักงานนวด 3 คน ชื่อ ก ข และ ค

- วันที่ 1 จัดลำดับผู้ให้บริการเริ่มต้นดังนี้ พนักงาน ก ข และ ค
- วันที่ 2 จัดลำดับผู้ให้บริการเริ่มต้นดังนี้ พนักงาน ข ค และ ก
- วันที่ 3 จัดลำดับผู้ให้บริการเริ่มต้นดังนี้ พนักงาน ค ก และ ข
- วันที่ 4 จัดลำดับผู้ให้บริการเริ่มต้นดังนี้ พนักงาน ก ข และ ค

2. การเตรียมตัวก่อนให้บริการ

2.1 กรณีนวดตัว โดยปกติลูกค้าจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ เปลี่ยนเป็นชุดที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้เป็นเสื้อ กางเกงที่หลวม ๆ สบาย ๆ ล้างมือ ล้างเท้าให้สะอาด ส่วนพนักงานนวดก็ต้องรักษาความสะอาดของร่างกาย โดยเฉพาะมือและเท้า

2.2 กรณีนวดฝ่าเท้า โดยปกติ ลูกค้าจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ เปลี่ยนเป็นกางเกงที่ร้านจัดเตรียมไว้ให้ ล้างเท้าให้สะอาด (โดยปกติ พนักงานนวดจะเป็นผู้ทำความสะอาดให้) ส่วนพนักงานนวดก็ต้องรักษาความสะอาดของร่างกายโดยเฉพาะมือ

2.3 หลังการให้บริการ ทางร้านจัดเตรียมให้ลูกค้าเปลี่ยนชุด ระหว่างนั้น ทางร้านอาจมีน้ำอุ่นหรือน้ำชาบริการ จากนั้นลูกค้าชำระค่าบริการ ส่วนเสื้อหรือกางเกงที่ลูกค้าใส่ระหว่างนวดหรือนวดฝ่าเท้า ทางร้านจะต้องนำไปซักให้สะอาดก่อนนำมาใช้ใหม่ทุกครั้ง

การจัดห้องนวด

รูปแบบการจัดห้องนวดขึ้นอยู่กับสถานที่และเงินทุน อย่างไรก็ตาม ห้องนวดแบ่งหลัก ๆ ตามลักษณะการนวดได้ ดังนี้

1. กรณีนวดตัว เนื่องจากการนวดตัวเป็นบริการที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ไฟในห้องจึงควรปรับความสว่างได้ ถ้าเป็นสถานที่หรูหรา เช่น โรงแรม ผู้ประกอบการอาจกันเป็นห้องถาวร โดยให้บริการห้องละ 1 คน หรือ 2-3 คน ถ้าเป็นกลุ่มครอบครัวหรือเพื่อนสนิท แต่หากเป็นสถานที่ไม่หรูหรามากนัก ผู้ประกอบการอาจกันเป็นห้อง โดยใช้ม่านทึบที่เลื่อนได้

2. กรณีนวดฝ่าเท้า โดยปกติ การนวดฝ่าเท้าจะมีเตียงนวดฝ่าเท้าโดยเฉพาะลูกค้าสามารถนั่งเหยียดขาตามสบาย ผู้ประกอบการอาจวางเตียงนวดฝ่าเท้าเรียงกัน โดยไม่จำเป็นต้องกันเป็นห้อง แต่กรณีที่ลูกค้าต้องการความเป็นส่วนตัว ทางร้านอาจใช้เตียงนวดตัวแทนเตียงนวดฝ่าเท้า

อุปกรณ์หลักที่ใช้

1. เตียงนวดหรือเบานวดตัว พร้อมหมอน ราคาขึ้นอยู่กับคุณภาพและวัสดุที่ใช้ มีตั้งแต่ 1,500-6,500 บาท อุปกรณ์ประเภทนี้สามารถหาซื้อได้ตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์นวดแผนไทย และร้านเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป

2. เตียงนวดเท้า ราคาประมาณ 2,700-4,000 บาท สถานที่จำหน่ายเช่นเดียวกับเตียงนวดตัว

3. เสื่อกราวสำหรับพนักงานนวด ราคาประมาณ 150-300 บาท หาซื้อได้ที่ตลาดโบ๊เบ๊

4. เสื่อและกางเกง สำหรับลูกค้านวดตัว ราคาประมาณ 200-300 บาท หาซื้อได้ที่ตลาดโบ๊เบ๊

5. กางเกงสำหรับลูกค้านวดฝ่าเท้า ราคาประมาณ 100 บาท หาซื้อได้ที่ตลาดโบ๊เบ๊

6. ผ้าปูเตียง ปลอกหมอน ราคาตั้งแต่ 300 บาทขึ้นไป ปกตินิยมสีพื้น ดูละเอียดหาซื้อได้ที่ตลาดพานูรต์ หรือสำเพ็ง

7. ผ้าขนหนู ใช้ห่อเท้ากรณีนวดฝ่าเท้า หาซื้อได้ที่ตลาดโบ๊เบ๊ หรือพานูรต์

8. ครีมหรือน้ำมันสำหรับนวดฝ่าเท้า สถานที่จำหน่าย เช่น โรงเรียนแพทย์แผนโบราณ วัดพระเชตุพนฯ (วัดโพธิ์) ขนาด 1,800 ซีซี ราคาขายปลีกประมาณ 650 บาท

9. น้ำมันนวดตัว สถานที่จำหน่าย เช่น โรงเรียนแพทย์แผนโบราณ วัดพระเชตุพนฯ (วัดโพธิ์) ขนาด 4,000 ซีซี ราคาขายปลีกประมาณ 580 บาท

10. ไม้กดจุด เป็นอุปกรณ์ที่ทำขึ้นจากไม้เพื่อใช้แทนนิ้วมือ ไม้ดังกล่าวใช้กดจุดที่บริเวณฝ่าเท้าตามตำแหน่งศาสตร์ของการนวดฝ่าเท้า ราคาอันละประมาณ 20 บาท ผู้ลงทุนสามารถหาซื้อได้ที่สถาบันแพทย์แผนไทยและร้านจำหน่ายอุปกรณ์นวดทั่วไป

การจ้างพนักงาน

1. การสรรหาพนักงานนวด ผู้ประกอบการอาจใช้วิธีประกาศรับสมัครตามโรงเรียนหรือสถาบันสอนนวดแผนไทยที่มีมาตรฐานเพราะเป็นแหล่งผลิตบุคลากรโดยตรง รวมถึงการประกาศรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต แม้พนักงานนวดจะถูกดึงตัวกันอยู่บ้าง เนื่องจากพนักงานนวดที่มีฝีมือยังมีจำนวนน้อย แต่ร้านที่มีการบริหารจัดการที่ดีรวมถึงให้ค่าตอบแทนที่จูงใจและเหมาะสมจะไม่ค่อยประสบกับปัญหานี้สักเท่าใดนัก เพราะโดยส่วนมากถ้าพนักงานมีความพอใจและสบายใจกับงานที่ทำอยู่ ก็มักอยู่นาน ไม่ย้ายไปไหน

2. จำนวนพนักงานนวด จะขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจเป็นหลัก โดยดูจากจำนวนเตียงที่ให้บริการและจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในเวลาเดียวกัน เช่น ร้านที่มีจำนวนเตียงให้บริการ 7

เตียง ควรมีพนักงานนวด อย่างน้อย 7 คน เพราะถ้าในช่วงที่ลูกค้าเข้ามาครวเดียวกัน 7 คน ร้านก็จะสามารถให้บริการได้ แต่ถ้าลูกค้ามากกว่า 7 คน ทางร้านจะต้องจัดสถานที่ให้ลูกค้านั่งรอ

3. การทำงานของพนักงาน ผู้ประกอบการอาจแบ่งการทำงานเป็นกะ ขึ้นอยู่กับระยะเวลาการเปิดบริการใน 1 วัน เช่น ถ้าร้านเปิดบริการตั้งแต่ 9.00-24.00 น. ผู้ประกอบการอาจแบ่งกะทำงาน เป็น 2 กะ เช่น กะที่ 1 เวลา 9.00-17.00 น. กะที่ 2 เวลา 17.00-24.00 น.

4. จำนวนพนักงานในแต่ละวัน อาจไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมลูกค้า เช่น วันธรรมดา ร้านอาจมีพนักงานนวด 5 คน ต่อเตียงให้บริการ 7 เตียง เนื่องจากจำนวนลูกค้าไม่ค่อยมากในคราวเดียวกัน ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ ลูกค้าจะค่อนข้างมาก ร้านก็ต้องจัดให้มีพนักงาน 1 คน ต่อ 1 เตียง เป็นต้น

5. การให้ค่าจ้างแก่พนักงานนวด ร้านนวดแผนไทยสามารถให้ค่าจ้างแก่พนักงานได้หลายแบบ เช่น

5.1 จ้างเป็นรายวันโดยแบ่งเปอร์เซ็นต์จากการให้บริการแต่ละครั้ง เช่น เจ้าของ 50% พนักงานนวด 50% หรือเจ้าของ 60% พนักงาน 40% แล้วแต่ตกลง กรณีนี้ ทางร้านมักจะไม่ มีเงินเดือนประจำให้ แต่บางแห่ง เจ้าของธุรกิจจะประกันรายได้ขั้นต่ำให้พนักงาน 100-200 บาท/วัน กรณีไม่มีลูกค้าเลย

5.2 จ้างรายวัน โดยคิดค่าจ้างพนักงานนวดเป็นรายชั่วโมง เช่น ชั่วโมงละ 70 บาท ส่วนเงินพิเศษที่ลูกค้าให้พนักงานนวด ถือเป็นสิทธิของพนักงานไป การจ้างเช่นนี้ ทางร้านมักไม่มีเงินเดือนประจำให้

5.3 จ้างรายเดือน เดือนละประมาณ 4,500-6,000 บาท หรือตามความเหมาะสม

6. การคัดเลือกพนักงานนวด จะต้องคำนึงถึง พนักงานนวดควรมีความรู้ความสามารถในการนวด โดยต้องผ่านการอบรมมา มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ พุดจาไพเราะ รักการให้บริการ

สถานที่ฝึกอบรมเพิ่มเติม

ปัจจุบัน สถาบันหลายแห่งได้สอนการนวดแผนไทย นวดฝ่าเท้า การฝึกอบรมจากสถานอบรมจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000-4,000 บาทต่อหลักสูตร ระยะเวลา 5-10 วัน เช่น

- โรงเรียนแพทย์แผนโบราณ วัดพระเชตุพนฯ (วัดโพธิ์)
- สถาบันแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข
- สมาคมแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข จ.นนทบุรี
- โรงเรียนแพทย์แผนไทย (สมาคมแพทย์อายุรเวทฯ) จ.นนทบุรี

- ศูนย์บริการการศึกษานอกโรงเรียน ศูนย์ฝึกอาชีพ กรุงเทพมหานคร
- การลงทุน

การลงทุนในธุรกิจขนาดย่อมไทยจะขึ้นอยู่กับขนาด ทำเลที่ตั้ง ดังนั้น การลงทุนจึงมีตั้งแต่ระดับใช้เงินทุนต่ำ นั่นคือ ผู้ประกอบการใช้บ้านเป็นสถานที่นวด ลงทุนแต่อุปกรณ์การตกแต่งน้อย ไปจนถึงการใช้เงินทุนค่อนข้างสูง จากข้อมูลที่เปิดเผยในตอนนี้ ธุรกิจขนาดย่อมไทยบางแห่งใช้เงินลงทุนมากถึงกับประมาณ 99 ล้านบาท ทั้งนี้ จำนวนเงินลงทุนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ขนาดของร้านว่าเล็ก หรือใหญ่ เป็นเจ้าของสถานที่เองหรือต้องเช่า หรือซื้อ ลักษณะการก่อสร้างและการตกแต่งภายใน นั่นคือ จะเน้นความหรูหรา สวยงามหรือเป็นแบบธรรมดา รวมถึงวัสดุอุปกรณ์จะใช้คุณภาพแบบใด จำนวนพนักงานและเตียงที่ให้บริการ อย่างไรก็ตาม เงินลงทุนแบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร แบ่งเป็นการลงทุนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 ค่าตกแต่งสถานที่ เช่น ค่ากันห้อง ทาสี ทำประตูกระจกหน้าร้าน ฯลฯ
- 1.2 ค่าวัสดุอุปกรณ์เบื้องต้น เช่น เตียงนวดตัว เตียงนวดเท้า ชุดพนักงาน ผ้าปูที่นอน ฯลฯ
- 1.3 ค่าเครื่องใช้สำนักงาน เช่น เครื่องปรับอากาศ โต๊ะ เก้าอี้ โทรศัพท์ ฯลฯ
- 1.4 อื่น ๆ เช่น ใบปลิวแนะนำร้าน ของชำร่วยแจกลูกค้าในวันเปิดร้าน

หมายเหตุ การตกแต่งสถานที่ที่ไม่มีมาตรฐานตายตัว เน้นความสะดวกสบาย ฉะนั้น เงินลงทุนเริ่มต้นจึงสามารถยืดหยุ่นได้

2. เงินทุนหมุนเวียน แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น

- 2.1 ค่าเช่าสถานที่
- 2.2 ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์
- 2.3 ค่าพนักงาน
- 2.4 ค่าครีมนวด น้ำมันนวด ค่าซักผ้า
- 2.5 อื่น ๆ

เงื่อนไขและข้อจำกัด

1. ปัญหาการดึงดูดพนักงานนวดที่มีความสามารถอาจเกิดขึ้นได้ สาเหตุอาจมาจากความดึงดูดใจด้านรายได้ ที่พักอาศัยที่รุ่งโรจน์กว่าเก่า เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการควรมีความพร้อมเรื่องเงินลงทุน และหากผู้ประกอบการจะต้องกู้เงินเพื่อมาลงทุนบางส่วน ผู้ประกอบการก็ควรคำนึงถึงความสามารถในการชำระคืนด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

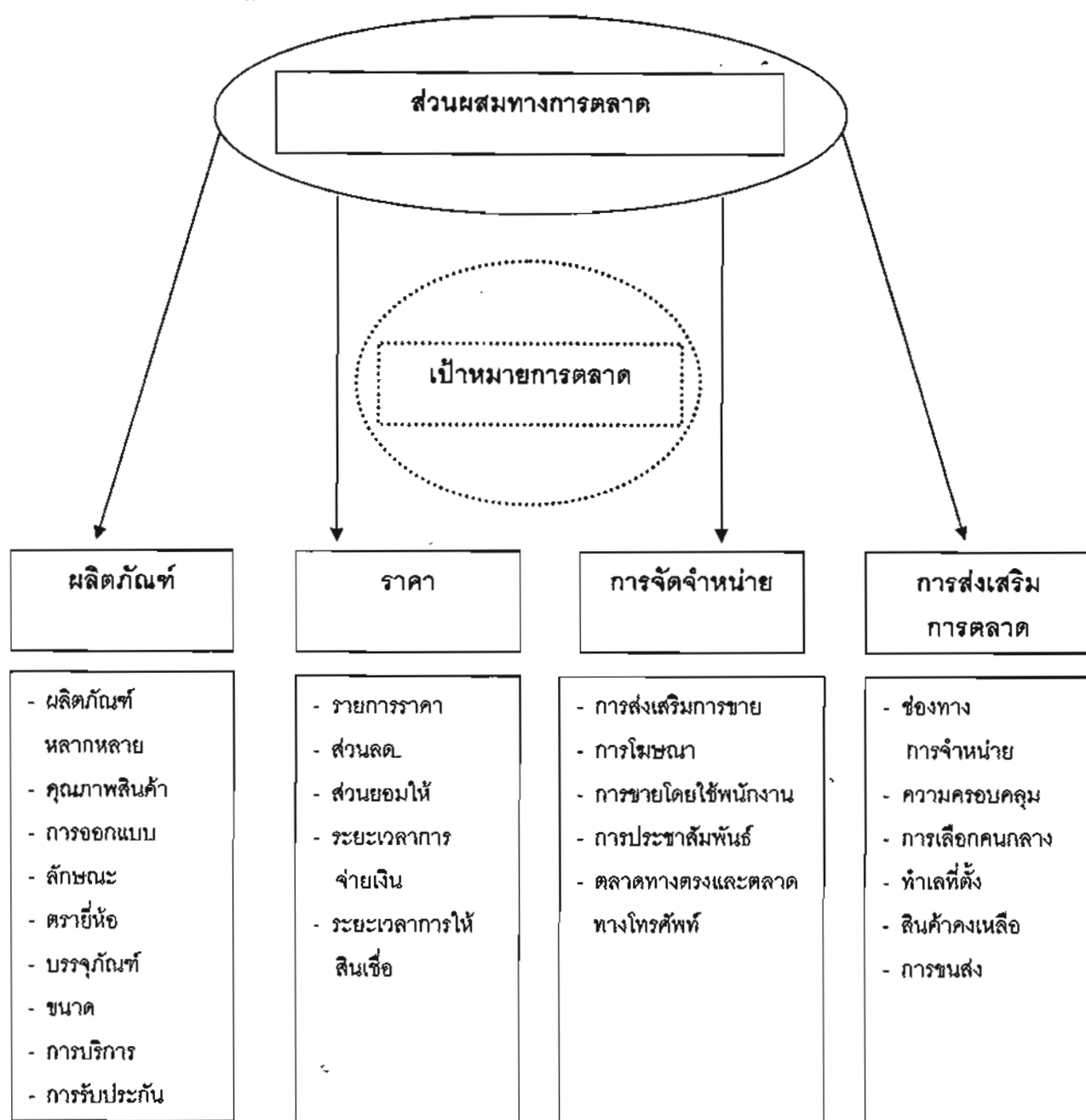
1. ต้องซื่อสัตย์กับลูกค้า ต่อตัวเอง และพนักงาน
2. สร้างจิตสำนึกที่ดีด้านการบริการลูกค้าให้แก่พนักงาน เช่น การสวัสดีเมื่อมีลูกค้าเข้าร้าน การทักทายอย่างเป็นมิตร
3. รักษาการบริการให้ได้มาตรฐานคงที่ โดยให้บริการนวดครบทุกขั้นตอนและตามเวลาที่กำหนด
4. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ค่าเช่าสถานที่ไม่แพงจนเกินไป และไม่อยู่ในสถานที่ที่อันตราย (สถานที่ที่ไม่ควรทำการนวด) เช่น ป่อนการพนัน ริมถนน ใต้โคนต้นไม้ ฯลฯ
5. มีการรักษาความสะอาดของสถานที่ และความสะอาดของพนักงานให้ดูดีตลอดเวลา

2.1.4 ทฤษฎีทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวถึงทฤษฎีหลายทฤษฎีในหนังสือ กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด เช่น การวางแผนการตลาด กลยุทธ์การตลาด ที่ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยแนวความคิดที่ 1 คือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แนวความคิดที่สอง คือ 3Ps กับ 1C ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการติดต่อสื่อสาร (Communication) ซึ่งเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพทฤษฎีส่วนสมทางการตลาด



ที่มา : Kotler, Philip (1997).

แผนภาพ 2.1 แสดงถึงส่วนสมทางการตลาดซึ่งประกอบไปด้วย 4Ps ประกอบไปด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมีความโดดเด่นด้านคุณภาพ มีความหลากหลาย มีการออกแบบที่ดี ลักษณะเหมาะสม เป็นต้น

2. ราคา จะต้องมีการราคาให้ผู้ซื้อได้เห็นอย่างชัดเจน มีส่วนลดให้ มีระยะเวลาในการชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อและราคาต้องเหมาะสมกับสินค้า

3. การส่งเสริมการตลาดมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยใช้การโฆษณาในหลาย ๆ สื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย คือการนำสินค้าสู่ผู้บริโภคในหลาย ๆ ทางเช่นจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคโดยตรง หรือจากผู้ผลิตสู่พ่อค้าส่งและส่งต่อไปยังผู้บริโภค และการเลือกขนส่งผลิตภัณฑ์ทางบก ทางน้ำหรือขนส่งทางอากาศ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ส่วนผสมทางการตลาดในทัศนะของอาจารย์เสรีนั้นนอกจากจะเน้นในเรื่อง 4Ps แล้ว ยังเน้นที่ C คือ Communication คือจะต้องมีการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ขายสินค้ากับผู้บริโภค นอกจากนี้แล้วธุรกิจจะสำเร็จลงได้นั้นจะต้องมีการวางแผนทางการตลาดเพื่อจะทำให้การตลาดไปสู่เป้าหมายและบริษัทก็จะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร
2. เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของบริษัท
3. คือการวางแผนทางการตลาด
4. คือการวางกลยุทธ์ทางการตลาด
5. เป็นการกำหนดงบประมาณ
6. คือการพยากรณ์ยอดขาย กำไรและขาดทุน
7. การควบคุม ทั้งเจ็ดขั้นตอนนี้เป็นการวางแผน

2. กลยุทธ์การแข่งขันสำหรับผู้นำ ผู้ทำชิง ผู้ตาม และธุรกิจรายย่อย ธุรกิจการวางแผนไทยถือเป็นธุรกิจขนาดเล็ก หรือเป็นธุรกิจภายในครอบครัว ซึ่งในปัจจุบันนี้ถือว่ามีความแข่งขันสูงและมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องทราบสถานะธุรกิจของตนเองว่าปัจจุบันนี้ธุรกิจของตนเองอยู่ในสถานะผู้นำ ผู้ทำชิง ผู้ตาม หรือเป็นธุรกิจรายย่อย ในมุมมองของอาจารย์เสรีนั้นถ้าธุรกิจอยู่สถานะของผู้นำ ผู้นำควรจะมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคดีกว่าคู่แข่ง จะต้องมีการวางแผนการวิจัยและพัฒนาสินค้า มีวิสัยทัศน์ที่กว้าง สร้างความได้เปรียบในแง่ของต้นทุนคือมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ต้องออกสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง ต้องปิดช่องทางที่คู่แข่งสามารถแย่งชิงตลาดได้ พยายามออกสินค้าตัดหน้าคู่แข่งให้ได้ ต้องใช้กลยุทธ์คุณภาพคือสินค้าที่ดีต้องมีคุณภาพ สินค้าราคาแพงที่ดีที่สุดต้องเป็นสินค้าของเจ้าที่เป็นผู้นำเท่านั้น ต้องพยายามหาทางที่จะสร้างกำแพงกันไม่ให้คู่แข่งเข้ามาในตลาด ต้องรักษาตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ให้ได้คืออย่าให้คู่แข่งแย่งชิงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ไปได้ ต้องใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดเข้ามาช่วย ต้องระมัดระวังในเรื่องการให้บริการอย่าให้คุณภาพ

การให้บริการตกต่ำ หรือค้อยมาตรฐานที่ควรจะเป็น ต้องให้อำนาจการตัดสินใจแก่ผู้บริหารสินค้า ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดจะทำให้เจ้าของธุรกิจเป็นผู้นำด้านธุรกิจนั้น ๆ ตลอดไป ถ้าสภาพภาพของธุรกิจ อยู่ในสภาวะของผู้ทำซึ่งจะต้องปฏิบัติดังนี้ ประจวบกัน คือต้องกล้านำเสนอสินค้าสู่กับผู้ประกอบ ธุรกิจรายเก่า ๆ ใช้ยุทธการแข่งหน้าหรือชิงหน้า คือนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ที่ดีและมีคุณภาพดีหน้า คู่แข่งขัน การเจาะรูรั่ว คือการเข้าไปทำธุรกิจที่ผู้บริโภคต้องการแต่ผู้ประกอบการรายเก่าไม่ยอม ตอบสนองแก่ผู้บริโภค ใช้กลยุทธ์การล้อมกรอบ คือการผลิตสินค้าหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน เพื่อสกัดคู่แข่งไม่ให้เจริญเติบโต คือเป็นการล้อมกรอบคู่แข่งไม่ให้เจริญเติบโตนั่นเอง ใช้ กลยุทธ์แบบกองโจร คือการขายสินค้าตัดราคา ปลอมข่าวลือเพื่อทำลายคู่แข่ง สินค้าแล้ว ใช้ชื่อใกล้เคียงกัน เป็นต้น ถ้าธุรกิจอยู่ในสภาวะผู้ตาม ไม่ควรลงทุนสร้างตลาดใหม่ คือไม่ควร ขยายกิจการหรือเพิ่มทุนในธุรกิจนั้น ๆ ให้เน้นการให้บริการให้เป็นเลิศให้ได้ ดูทิศทางหรือสู่ทาง ตลาดใหม่ ๆ ถ้าทิศทางของตลาดอยู่ในสภาวะตลาดส่วนเล็ก ตลาดนั้นจะมีกลุ่มผู้บริโภคไม่มากนัก แต่ เป็นตลาดที่ผู้บริโภคมีเงินและยินดีจ่ายเงินจำนวนสูง เช่น สินค้าชนิดเดียวกันขายให้กับบุคคล ทั่วไป 100 บาท แต่ขายให้กับผู้บริโภคที่มีอำนาจจ่ายสูง 200 บาท ซึ่งยินดีที่จะจ่าย เป็นต้น ตลาด ส่วนนี้โดยทั่วไปผู้นำทางการตลาดไม่ค่อยสนใจและมองข้าม

3. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การวางแผนผลิตภัณฑ์ ซึ่งในแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา มี ข้อพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดังนี้ แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ คือความชัดเจนในตัวสินค้า สินค้านั้นเป็นสินค้าอะไร เช่น แชมพูกันรังแค รยยนต์ขนาดเล็กเพื่อใช้ในมือ เป็นต้น คุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์คือสินค้านั้น ๆ ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อใช้ทำอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร เช่น ขจัดคราบสกปรก ถอนขนเนื้อผ้า เพิ่มความหอมภายในห้อง เป็นต้น คุณลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ คือสินค้านั้น จะต้องแตกต่างจากคู่แข่งมีความเป็นเอกลักษณ์หรือความเด่นนั่นเอง เช่น ภัตตาคารแห่งหนึ่งมี ความเด่นที่จาน ชามและภาชนะที่แตกต่างไปจากร้านอาหารอื่น ทั้งนี้ลักษณะเด่นของสินค้าจะเป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในภัตตาคารมากขึ้น ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญอันดับแรก เพื่อจะรู้ว่าผลิตสินค้าอะไรเพื่อใช้ในงานอะไร เช่น ผลิตน้ำยาล้างจานเพื่อล้างจานและขจัดกลิ่นคาว ผลิต น้ำยาล้างห้องน้ำเพื่อขจัดคราบฝังแน่น ผลิตยาสีฟันเพื่อป้องกันฟันผุ เป็นต้น

4. กลยุทธ์ราคา การวางแผนราคา ในมุมมองของ เสรี วงษ์มณฑา จะคำนึงถึงตลาดซึ่ง ประกอบไปด้วยกรณีดังต่อไปนี้ การตั้งราคาสำหรับตลาดที่เน้นราคา (Price Sensitive Market) คือ เป็นตลาดที่สนใจแต่เรื่องราคา ไม่สนใจเรื่อง การให้บริการ หรือคุณภาพของสินค้า ซึ่งผู้ผลิต ต้องทำให้การผลิตมีต้นทุนที่ต่ำกว่าสินค้าของคู่แข่งที่มีลักษณะเหมือนกัน ข้อควรระวังสำหรับ

ผู้ผลิตสินค้าคือ ลูกค้ายกกลุ่มนี้มีความอ่อนไหวในการเปลี่ยนแปลงราคา ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงราคา สินค้าจะส่งผลกระทบต่อยอดขายได้ การตั้งราคาสำหรับตลาดที่เน้นภาพพจน์ (Image Sensitive Market) ลูกค้ายกกลุ่มนี้จะสนใจแต่เรื่องภาพพจน์ของสินค้าเท่านั้น จะไม่คำนึงถึงราคา หรือบริการ ราคาของสินค้าในตลาดกลุ่มนี้ค่อนข้างมีราคาสูง เช่น สินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ ได้แก่ โรแล็กซ์ เบนท์ หลุยส์วิตตอง เป็นต้น การตั้งราคาสำหรับตลาดที่เน้นคุณภาพ (Quality Sensitive Market) ตลาดในกลุ่มนี้จะยึดถือคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ ถึงแม้สินค้านั้น ๆ จะมีราคาแพงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันที่มีวางขายในท้องตลาด แต่ถ้าคุณภาพดีกว่า ลูกค้ายกกลุ่มนี้ก็ยังคงซื้อสินค้านั้นอยู่ ส่วนการตั้งกลยุทธ์ด้านราคานั้นจะมีกลยุทธ์การตั้งราคาจะประกอบไปด้วย

4.1 การตั้งราคาตามตลาด (On Going Price) หรือการตั้งราคาตามความพอใจ (Leading Price) ซึ่งขยายความได้ดังนี้ การตั้งราคาตามตลาด (On Going Price) เป็นกลยุทธ์ที่ไม่สร้างความแตกต่างด้านราคากับคู่แข่ง แต่อาจจะวิธีอื่นในการเพิ่มยอดขาย เช่น ให้ส่วนลด หรือมีการลดแลกแจกแถม การตั้งราคาตามความพอใจ (Leading Price) เป็นการตั้งราคาตามความพอใจของเจ้าของสินค้า แต่สินค้านั้น ๆ จะต้องมีความภาพ มีภาพพจน์ที่ดีกว่าคู่แข่งชั้น และลูกค้ายกมีความเชื่อถือ

4.2 สินค้าออกแบบให้มีราคาสูง (Premium Price) คือตั้งใจให้สินค้าที่ออกจำหน่ายมีราคาสูงซึ่งสินค้านั้น ๆ จะต้องมีความภาพเหนือกว่าคู่แข่งชั้น และเป็นราคาที่ลูกค้าสามารถจะซื้อได้

4.3 การตั้งราคาเท่ากันหมด (One Price) เป็นการตั้งราคาที่ดีติดไปกับกล่องผลิตภัณฑ์ ห่อหุ้มสินค้า ซึ่งไม่ว่าสินค้าจะวางจำหน่ายที่ไหนก็ตามราคาจะเท่ากันหมด

4.4 การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line Extension) เป็นกลยุทธ์ที่วางแผนสำหรับตั้งราคาในสายผลิตภัณฑ์ให้มีราคาสูงหรือต่ำในภายหลัง โดยการขยับราคาสินค้าให้สูงขึ้นในภายหลัง เนื่องจากการตั้งราคาครั้งแรก เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งชั้น แต่พอสินค้าได้รับความนิยม จะขยับราคาขึ้น พร้อมกับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ หรือเพิ่มส่วนผสมใหม่ลงไปในตัวสินค้า ในทางตรงข้ามถ้าขยับราคาให้ต่ำลง ก็เพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาดให้ครอบคลุมตลาดทุกกลุ่ม ทั้งตลาดล่าง ตลาดกลาง และตลาดบน แต่จะต้องเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ และอาจลดส่วนผสมของวัตถุดิบลง

4.5 การใช้กลยุทธ์ด้านขนาด (Size) คือการใช้ขนาดเป็นตัวกำหนดราคา โดยปริมาณบรรจุของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งชั้น เช่น ผู้ผลิตรายอื่นทำ 120 ซีซี ราคา 200 บาท เราทำ 132 ซีซี ราคาขาย 228 บาท การใช้กลยุทธ์นี้จะใช้ในกรณีสินค้าของเรามีราคาแพงกว่าคู่แข่งชั้น จะเห็นได้ว่าการวางแผนราคาและกลยุทธ์ด้านราคาในมุมมองของ เสรี วงษ์มณฑา

ความหลากหลายทั้งในด้านการวางแผนและการวางกลยุทธ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพิจารณา นำมาใช้หรือปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง

4.6 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย ในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายนับว่าเป็นส่วนสำคัญมากอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวได้ การที่จะทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายเกิดประสิทธิภาพสูง จำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเข้ามาช่วย ซึ่งจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย คือช่องทางของสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายผ่านไปยังผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายถือว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญในกระบวนการตลาด ถ้าช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้การตลาดไม่ประสบผลสำเร็จได้ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลายช่องทาง เช่น จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือจากผู้ผลิต ผ่านไปยังตัวแทนจำหน่าย ผ่านไปยังพ่อค้าส่ง ผ่านต่อไปยังร้านค้าปลีกและถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายในที่สุด แต่สำหรับธุรกิจขนาดย่อมไทยจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายเข้ามาเกี่ยวข้องน้อยมาก เนื่องจากธุรกิจการขนาดย่อมไทยนั้นจะต้องมีสถานที่ที่เหมาะสมไม่สามารถขนย้ายไปยังที่ต่าง ๆ เหมือนกับสินค้าชนิดอื่น ๆ ได้นอกจากจะบริการขนส่งผู้ให้บริการจากโรงแรมหรือที่ต่าง ๆ มาใช้บริการจากโรงแรมหรือที่ต่าง ๆ มาให้บริการสินค้าในสถานที่ที่มีการนัด ประเภทร้านค้า ในปัจจุบันมีร้านค้ามากมายหลายประเภทตั้งแต่ร้านขายของชำประจำซอยตลอดจนถึงห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จากต่างประเทศ

5. บุคลิกตราสินค้าและกลยุทธ์ตราสินค้า ในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดเจ้าของหรือผู้ผลิตจะต้องกำหนดบุคลิกสินค้า คือลักษณะทางกายภาพที่เด่นชัดของสินค้า เช่น เป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่มดับกระหาย หรือเป็นเครื่องดื่มเสริมสร้างกำลังงาน และการกำหนดตราสินค้าที่จะใช้จะต้องสอดคล้องกับตัวสินค้าไม่ว่าจะเป็นสี ขนาดของตราหรือสัญลักษณ์

6. กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ก่อนการผลิตสินค้าทุกชนิด ผู้ผลิตจะต้องกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของตนเองว่าจะให้อยู่ในตำแหน่งไหน และสิ่งสำคัญที่จะมองข้ามไม่ได้คือจะต้องรู้ว่าคู่แข่งเป็นใคร มีกำลังมากน้อยเพียงใด และอย่าให้สินค้าของตนเองซ้ำกับตำแหน่งของคู่แข่ง ถ้าผู้ผลิตวางตำแหน่ง หรือกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนเองผิดพลาดจะทำให้เกิดปัญหากับสินค้าที่ยากจะแก้ไขได้ เช่น ความจริงผลิตภัณฑ์ของตนเองอยู่ในระดับกลางแต่ผู้ผลิตกลับกำหนดให้อยู่ในระดับสูง ซึ่งเมื่อแข่งขันกับสินค้าของคู่แข่งแล้วไม่สามารถจะอยู่ในระดับสูงได้เลยไม่ว่าด้านคุณภาพ ราคา และถ้าเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้กลับลงมาอยู่ในระดับกลางจะทำให้ผู้ซื้อเกิดความไม่เชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นได้

7. บุคลากร ในกิจกรรมทุกกิจกรรมของธุรกิจจะต้องมีการใช้แรงงานมนุษย์เป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นทำธุรกิจใด ๆ ก็ตาม งานด้านบุคลากรนั้นมีความซับซ้อนและขั้นตอนยุ่งยากพอสมควร โดยเริ่มจากการกำหนดตำแหน่งงานและภาระงาน จากนั้นมีการสรรหาบุคลากรจากแหล่งแรงงาน ได้แก่ วิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ต่อมาจะเป็นขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน จากนั้นจะมีการบรรจุบุคคลที่คัดเลือกแล้วเข้าทำงาน หลังจากบรรจุเข้าทำงานแล้วจะต้องมีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรในหน่วยงาน ในการทำงานจะต้องมีการจ่ายค่าตอบแทน ซึ่งการจ่ายค่าตอบแทนนั้นจะต้องสอดคล้องกับตำแหน่งและภาระของงาน การจ่ายค่าตอบแทนนอกจากจะจ่ายในรูปของเงินเดือนแล้ว ยังจะมีการจ่ายเพิ่มเติมในลักษณะอื่น ๆ ซึ่งเป็นการจ่ายเพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น โบนัส ค่านายหน้า สวัสดิการ เงินปันผลกำไร ในขณะที่บุคลากรทำงานในหน้าที่นั้น ผู้บริหารจะต้องมีการประเมินผลงานของบุคลากรของตนเอง ด้วย เพื่อนำผลงานการประเมินนั้นไปใช้ในการเลื่อนขั้นหรือเลื่อนตำแหน่งในหน่วยงานต่อไป

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์(2547:12) ได้เขียนไว้ในหนังสือหลักการตลาดถึงส่วนสมทางการตลาด เกี่ยวกับส่วนประกอบของส่วนสมทางการตลาดไว้ดังนี้

P ที่ 1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งได้แก่ สินค้า และบริการ ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการมีทั้งที่จับต้องได้ เช่น พัดลม โต๊ะ ฯลฯ และไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การตัดผม การวาดแผนโบราณ

P ที่ 2 ราคา (Price) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุดด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจ และที่ตั้งของลูกค้า

P ที่ 3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุดด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ

P ที่ 4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่น ๆ ของสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย

P ที่ 5 พนักงาน (People) หมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของกิจการโดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจ

และปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ให้มากที่สุด เช่น การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การทักทายลูกค้าหรือผู้ให้บริการ การขอบคุณลูกค้า หรือผู้ให้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ สาเหตุที่พนักงานเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ พนักงานเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรกหลังจากเข้ามาติดต่อในบริเวณที่ให้บริการ ดังนั้นลูกค้าจะรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของบริษัทจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก

P ที่ 6 กระบวนการ (Process) หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้าต้องรอนาน จัดระบบของการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนาน ๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยยึดหลัก One Stop Service

P ที่ 7 สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน (Physical Evidence) หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ ภายในสำนักงาน กระดาษต้นไม้ ฯลฯ ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบที่เหมาะสมกับลักษณะของบริษัท ลูกค้าจะเข้าใจภาพลักษณ์จากสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากเมื่อลูกค้าติดต่อกับบริษัท ลูกค้าจะมองไปรอบ ๆ ตัวบริษัทใดมีการตกแต่งสถานที่ได้อย่างเหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น และอุปกรณ์สำนักงานไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง เพียงแต่ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในบริษัท

P ที่ 8 สาธารณชน (Public) หมายถึง กลุ่มประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยบริษัทต้องคำนึงถึงความยุติธรรมของสาธารณชน และความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน สุขภาพของสาธารณชน หากบริษัทละเลยหรือมองข้ามจะทำให้เกิดการต่อต้านจากสาธารณชนและอาจทำให้ลูกค้าโดยทั่วไปร่วมกันไม่ใช้สินค้าหรือบริการ

P ที่ 9 การเมือง (Political) หมายถึง การเมืองที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ แม้ว่าปัจจัยด้านการเมืองจะถูกกำหนดให้เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจ แต่บริษัทต้องให้ความสำคัญและปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเมืองด้วย

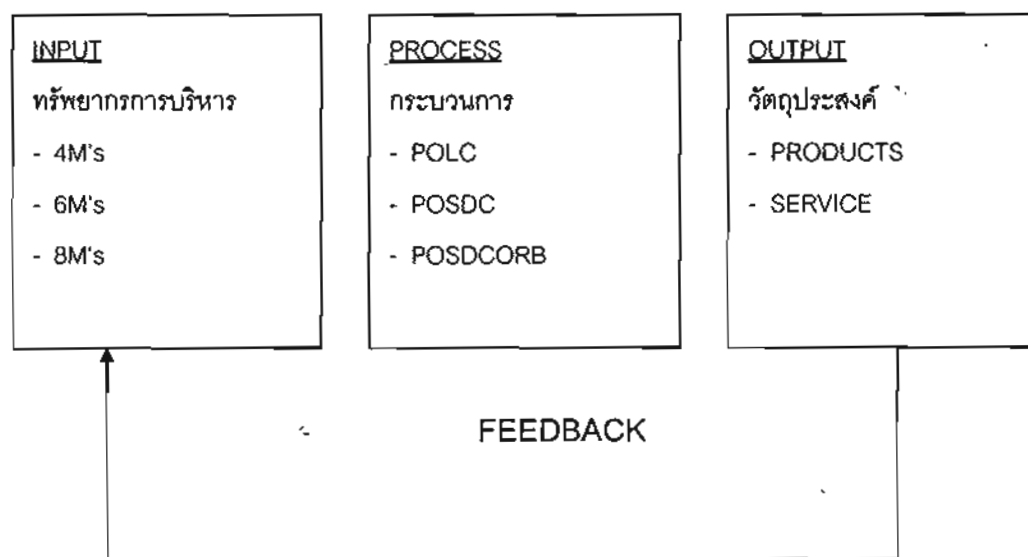
จากทฤษฎีทางการตลาดทั้ง 2 ทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่านักการตลาดได้ให้ความสนใจอย่างมากในการค้นหาสิ่งทำให้เกิดความพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดการบริการ ผู้ที่ทำธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจการนัดหมายไทย จึงควรศึกษาด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อทำการวางแผนการตลาดที่ประกอบด้วย การใช้กลยุทธ์

4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การใช้กลยุทธ์ 3Ps กับ 1C ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการติดต่อสื่อสาร (Communication) หรือจากทฤษฎีที่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมทางการตลาด คือ กลยุทธ์ 9Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน (Physical Evidence) สาธารณชน (Public) การเมือง (Political)

2.1.5 แนวคิดพื้นฐานด้านการจัดการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2542:444) ให้ความหมายการจัดการ คือ กระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร คือ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ การควบคุม ซึ่งจากความหมายดังกล่าวมีคำสำคัญ 3 คำ คือ กระบวนการ ทรัพยากรการบริหาร วัตถุประสงค์ สามารถนำมาเขียนได้ดังแผนภาพที่ 2.2

แผนภาพที่ 2.2 กระบวนการจัดการ



INPUT คือ ทรัพยากรการบริหาร ได้แก่ 4M's ประกอบด้วย คน(Man) เงิน(Money) วัสดุ(Material) และวิธีการ(Method) ถูกนำเข้าไปในระบบเพื่อประมวลผลหรือแปรรูป ต่อมาเศรษฐกิจสังคม โลกพัฒนาและก้าวหน้าไปพร้อมกับอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการที่เติบโตและพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ทรัพยากรเพียง 4 ประการ เริ่มไม่เพียงพอสำหรับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ จึงได้เพิ่มอีก 2M's เป็น 6M's ได้แก่ เครื่องจักร(Machine) และ

การตลาด (Market) ในขณะเดียวกันการทำงานที่มองเห็นถึงความสำคัญหรือคุณค่าของจิตใจ ผู้ปฏิบัติงานมีมากขึ้นโดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของคนงานมากขึ้น จึงเพิ่มขวัญและกำลังใจ (Morale) เข้าไปเป็น 7M's และเมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ระบบการสื่อสารไร้พรมแดนที่ติดต่อเชื่อมโยงกันเป็นระบบเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลก ทำให้การติดต่อสื่อสารรวดเร็วขึ้น ผู้ที่ไม่รู้หรือไม่มีข้อมูลย่อยเสียเปรียบในเชิงธุรกิจ จึงได้เพิ่มข้อมูลข่าวสาร (Message) รวมเป็น 8M's ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ไม่สิ้นสุดตราบเท่าที่ระบบอุตสาหกรรมการผลิตการจัดจำหน่าย และการบริการยังคงพัฒนาและก้าวไปไม่หยุดยั้ง

PROCESS คือ หน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารต้องกระทำ ในปัจจุบันยึดถือหน้าที่ 4 ประการได้แก่ POLC การวางแผน(Planning) การจัดองค์การ(Organizing) การชี้นำ (Reading) และการควบคุม(Controlling) และมีอีกหลายทฤษฎี เช่น POSDCORB ประกอบด้วย การวางแผน(Planning) การจัดองค์การ(Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน(Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน(Coordinating) การรายงานผล(Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) หรืออีกแนวคิดหนึ่งคือ POSDC ได้แก่ การวางแผน(Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน(Staffing) การอำนวยการ(Directing) การประสานงาน (Coordinating)

OUTPUT คือ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การที่นำออกมาจากกระบวนการแปรรูปในขั้นตอนที่สอง เป้าหมายขององค์การสามารถแบ่งอย่างง่าย ๆ ได้เป็น 2 ประการด้วยกัน คือ องค์การที่มีเป้าหมายที่มุ่งแสวงหากำไร และองค์การที่มีเป้าหมายไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรหรืออาจแบ่งเป็นองค์การที่วัตถุประสงค์เพื่อให้บริการก็ได้

ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่เจ้าของธุรกิจต้องการสร้างให้เกิดกับธุรกิจของตนนั้น เกิดจากการพยายามเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านกระบวนการรักษาเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ ซึ่งข้อได้เปรียบทางการแข่งขันมีแหล่งที่มาจาก 4 แหล่งด้วยกัน คือ

1. ความสามารถทางการเงิน จะเห็นได้ว่าธุรกิจที่ได้รับมรดกจากบรรพบุรุษที่ร่ำรวยย่อมสามารถสร้างธุรกิจด้วยสายป่านที่ยาวกว่าและด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่าธุรกิจของคู่แข่งที่กู้เงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น ๆ ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ถูกกว่าก็คือการสร้างเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจสายตาของลูกค้านั่นเอง

2. ความสามารถทางกลยุทธ์หรือผลิตภัณฑ์ โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือบริการของคู่แข่ง เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดใจลูกค้ามากที่สุด ตัวอย่างเช่น ธุรกิจอาหารจานด่วน ประเภทแฮมเบอร์เกอร์ จำเป็นต้องมีสลัดบาร์

3. ความสามารถทางเทคโนโลยีหรือการปฏิบัติงาน จะได้มาด้วยการทำวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ทราบว่าเทคโนโลยีใดเหมาะสมกับธุรกิจของเรา การใช้หุ่นยนต์ในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์เป็นตัวอย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนในความสามารถหรือความสามารถในการประกอบธุรกิจรถยนต์

4. ความสามารถขององค์การ ในการจัดการระบบและกำลังคนให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและหรือกลยุทธ์ที่ต้องการระบบที่ล้ำสมัยหรือกำลังคนที่มีมากเกินไปในองค์การอาจทำให้องค์การหรือธุรกิจต้องมีต้นทุนในการผลิตอันเนื่องมาจากการซ่อมบำรุงระบบที่ล้ำสมัย อุบัติเหตุ หรือค่าจ้างสำหรับกำลังคนส่วนเกิน ความสามารถขององค์การยังหมายถึงรวมถึงความยืดหยุ่น ความสามารถในการปรับตัว ความสามารถในการตอบสนอง ความสามารถในการรักษาความต่อเนื่องและความมีเสถียรภาพของระบบการผลิตหรือบริการ

คุณลักษณะ หน้าที่ บทบาท และทักษะผู้บริหาร

งานของผู้บริหารสามารถอธิบายได้หลายอย่าง ขึ้นอยู่กับว่าต้องการนิยามในลักษณะใด แครร์รอลและกิลเลน(Carroll and Gillen 1987:38-51) กล่าวว่าการศึกษาหน้าที่ของการจัดการจะช่วยให้เราเข้าใจว่าผู้บริหารควรทำงานและมีวิธีการในการทำงานอย่างไร นั่นคือต้องศึกษาในเรื่อง การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุม อย่างไรก็ตามการพิจารณาภารกิจหรือหน้าที่ของการจัดการแต่เพียงอย่างเดียว ไม่อาจทำให้เราเข้าใจภาพรวมหรือขอบข่ายของการจัดการได้หมดจำเป็นต้องพิจารณาถึงบทบาทของการจัดการ และทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่าง ๆ ด้วย

ในปี ค.ศ. 1960 เฮนรี มินตซ์เบิร์ก (Henry Minitzberg) ได้ทำการศึกษาอย่างระมัดระวังในการทำงานของนักบริหารระดับสูงจำนวน 5 คน พบว่าผู้บริหารจะต้องปฏิบัติงานในบทบาท 10 บทบาท แบ่งออกได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. บทบาทความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ บทบาทของความเป็นหัวหน้าทีม เช่น ประธานในงานพิธีการต่าง ๆ บทบาทการแสดงออกในฐานะผู้นำ ได้แก่ การจ้างงาน การอบรม การกระตุ้นจิตใจ และการรักษาระเบียบวินัยของผู้ใต้บังคับบัญชา ส่วนบทบาทสุดท้าย คือ บทบาทการประสานงานในกลุ่ม ได้แก่ การกระทำกิจกรรมซึ่งต้องสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มที่อยู่ภายใน

และภายนอกองค์การเช่น ผู้จัดการฝ่ายการตลาดขอข้อมูลด้านกำลังคนจากผู้จัดการฝ่ายบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นการติดต่อประสานงานกันภายในองค์การ แต่หากผู้จัดการฝ่ายการตลาดติดต่อสื่อสารกับพนักงานขายบริษัทอื่น ก็ถือเป็นการประสานงานกันนอกองค์การ เป็นต้น

2. บทบาทด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ผู้บริหารมีหน้าที่หรือบทบาทในการรับและเก็บรวบรวมข่าวสารจากในและนอกองค์การของตน กระทำได้โดยการอ่านวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แล้วนำมาพูดคุยกับผู้บริหารคนอื่น ๆ เช่น องค์การคู่แข่งซึ่งมีการวางแผนอะไรในช่วงนี้ รัฐออกกฎหมายใหม่มีผลกระทบต่อบริษัทหรือไม่ เป็นต้น มินต์ซ์เบิร์กเรียกบทบาทนี้ว่า บทบาทการตรวจสอบ ส่วนบทบาทแพร่กระจายข่าวสาร ก็เป็นอีกบทบาทหนึ่งของผู้บริหารในการดำรงตนเปรียบเสมือนช่องทางที่ส่งต่อข่าวสารต่าง ๆ ไปยังสมาชิกในองค์การ และเมื่อถูกเชิญไปเป็นตัวแทนขององค์การหรือสถาบันอื่น ๆ ผู้บริหารจะต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนในฐานะบทบาทโฆษกขององค์การด้วย

3. บทบาทการตัดสินใจ มินต์ซ์เบิร์ก ได้กำหนดบทบาทของผู้บริหารในด้านนี้ไว้ 4 ประการ คือ บทบาทในฐานะผู้ประกอบการ คือผู้ดูแลโครงการใหม่ ๆ ที่จะปรับปรุง การปฏิบัติงานขององค์การให้ดีขึ้น บทบาทของผู้จัดการความวุ่นวายหรือปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นปัญหาเกิดขึ้นอันอยู่นอกเหนือความคาดหมาย บทบาทของผู้จัดสรรทรัพยากรในการรับผิดชอบกระจายทรัพยากร คน สิ่งของ และเงิน ไปตามส่วนต่าง ๆ ขององค์การ และสุดท้ายคือบทบาทของผู้เจรจาต่อรอง เพื่อทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยและเจรจาต่อรองกับกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสหภาพแรงงาน ผู้ถือหุ้น ในการเพิ่มผลประโยชน์ให้กับองค์การที่ตนเองทำงานอยู่

จากแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาดที่กล่าวมาเมื่อนำมารวมกับแนวคิดด้านการจัดการ จะพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการนวดแผนไทยควรมีลักษณะและบทบาทหน้าที่ที่สำคัญดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรมีความพร้อมด้านทรัพยากรที่ใช้สำหรับการบริหารงานได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัตถุดิบ (Material) วิธีการ (Method) เครื่องจักร (Machine) การตลาด (Market)ขวัญและกำลังใจ (Morale) และข้อมูลข่าวสาร (Message)

2. ผู้ประกอบการควรทำหน้าที่ในการวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุมธุรกิจของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการควรทำการวางแผนด้านการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ

3. ผู้ประกอบการควรมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ความสามารถทางการเงิน ความสามารถทางกลยุทธ์หรือผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางเทคโนโลยีหรือการปฏิบัติงาน และความสามารถขององค์กร

4. ผู้ประกอบการควรมีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการวางแผนไทย เนื่องจากธุรกิจบริการประเภทนี้ต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการต้องเข้าใจในวิธีการนวดหรือค้นหาแนววิธีการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า เช่น ค้นหาพนักงานนวดที่มีฝีมือ

5. ผู้ประกอบการควรมีทักษะในด้านการบริหาร ได้แก่ บทบาทความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล บทบาทด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร บทบาทการตัดสินใจ

2.1.6 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ก่อนดำเนินการออกแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยบางรายในอำเภอเมืองเชียงราย เพื่อนำไปสู่การค้นหาคำตอบในเรื่องความมีศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการและความเห็นที่มีต่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายและมาใช้บริการ โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีพฤติกรรมอย่างไรเมื่อได้ใช้บริการการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายไปแล้ว ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การประกอบธุรกิจนวดแผนไทยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว
2. การประกอบการไม่มีการจดทะเบียนต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในจังหวัด แต่ทำการเสียภาษีอย่างถูกต้องต่อกรมสรรพากร และท้องถิ่น
3. ไม่มีหน่วยงานทางราชการให้การส่งเสริมอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง
4. ผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ดำเนินธุรกิจเอง แต่เปิดร้านแล้วให้พนักงานนวดดูแลร้านเอง
5. ผู้ประกอบการที่ค่อนข้างมีความรู้จะทำการติดต่อกับทางโรงแรมเพื่อหาลูกค้า และทำการตกแต่งร้านให้ดูสวยงาม
6. ผู้ประกอบการมีความเห็นเหมือนกันว่าธุรกิจจำเป็นต้องพึ่งพนักงานนวดที่มีฝีมือในการนวดและสามารถทำให้ลูกค้าพอใจและกลับมาใช้บริการอีกเมื่อกลับมาเที่ยว
7. ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบ ได้แก่ ลูกค้ามีการต่อรองราคาเนื่องจากมีจำนวนหลายร้านและมีการตัดราคากันเองระหว่างผู้ประกอบการ
8. มีผู้ประกอบการบางรายใช้ธุรกิจการนวดแผนไทยบังหน้า แต่เป็นการขายบริการทำให้เสื่อมเสียต่อธุรกิจนี้ มีผู้ประกอบการบางรายอยากให้นายงานราชการเข้ามาดูแลในเรื่องนี้เพื่อทำให้ภาพพจน์ของธุรกิจเป็นเรื่องการนวดแผนไทยจริง ๆ

9. ผู้ประกอบการไม่ได้ทำการโฆษณา มีแต่ป้ายหน้าร้านเท่านั้น ส่วนใหญ่ไม่ได้ดำเนินการด้านการตลาด

10. พนักงานนวดแผนไทยส่วนใหญ่ที่ทำการนวดจะต้องมีใบประกอบวิชาชีพ

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น เมื่อนำมาสังเคราะห์เข้ากับความคิดเห็นของผู้ประกอบการจะพบว่า ผู้ประกอบการควรจะมีศักยภาพและคุณสมบัติในการประกอบอาชีพการนวดแผนไทย ดังนี้

1. มีใจรักในการให้บริการ มีศีลธรรมและมีสัมมาอาชีวะ มีพื้นฐานความรู้ด้านการนวดแผนไทย มีทำเลที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

2. มีความพร้อมด้านทรัพยากรในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะธุรกิจบริการ ควรจะมีทรัพยากรที่จำเป็น ได้แก่ คน(Man) เงิน(Money) วิธีการ(Method) การตลาด(Market) ขวัญและกำลังใจ (Morale) เป็นสิ่งสำคัญ

3. มีความพร้อมด้านการบริหารธุรกิจนวดแผนไทย ได้แก่ การบริหารด้านพนักงาน ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านการตลาด ด้านสถานที่ให้บริการ เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า

ลักษณะการทำธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย มีลักษณะโดยทั่ว ๆ ไป คือมีลักษณะเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารมาจากความรู้ที่สั่งสมมาจากประสบการณ์ที่มีมาจากการเคยให้บริการนวดมาก่อน เมื่อมีเงินทุนเล็กน้อยจึงทำการออกร้านแล้วทำการบริหารเอง แต่บางแห่งเป็นการออกร้านโดยให้พนักงานทำการบริหารงานกันเอง อัตราการให้บริการของผู้ประกอบการเหล่านี้จะไม่แพงนัก แต่มีสถานบริการนวดแผนไทยบางแห่งในจังหวัดเชียงรายที่โอ่อ่าหรูหราพร้อมต้อนรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความพร้อมทุกด้าน ทั้งด้านเงินทุน ทรัพยากร บุคลากร แต่อัตราค่าบริการจะแพงขึ้น เช่น สถานบริการนวดในโรงแรมต่าง ๆ ซึ่งได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ได้ช่องทางการจัดจำหน่ายเฉพาะลูกค้าระดับบน

จากการสัมภาษณ์ศักยภาพและความพร้อมของผู้บริหารธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายเหล่านี้จะพบว่า ผู้บริหารที่ทำธุรกิจขนาดเล็กจะมีความพร้อมด้านประสบการณ์ความรู้ความสามารถด้านการนวด แต่ขาดทรัพยากรในการทำธุรกิจมากที่สุด และความรู้ด้านการบริหารเป็นเรื่องรองลงมา ส่วนผู้ประกอบการที่มีทรัพยากรด้านเงินทุนมาก ก็สามารถบริหารจัดการด้วยหลากหลายกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น จัดทำในลักษณะสปา มีการนวดแผนไทยไปพร้อมกันเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น แสดงถึงควมมีศักยภาพของผู้ประกอบการในการให้บริการ เช่น ผู้ประกอบการควรมีความรู้ความสามารถด้านการวางแผนไทย ผู้ประกอบการควรมีความรู้ด้านการบริหารจัดการและด้านการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจ ที่นำมาซึ่งความพร้อมของผู้ประกอบการในการให้บริการด้านธุรกิจขนาดย่อมไทย

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพที่ผู้ประกอบการควรมีและความพร้อมที่จะบริหารงาน ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อสะท้อนให้เห็นผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยได้นำเอาทฤษฎีความพึงพอใจมาแสดงไว้ดังหัวข้อถัดไป

2.1.7 ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Satisfaction" ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

นักวิชาการได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการซึ่งพอจะประมวลได้ คือ

อัจฉนา โทบุญ (2534 : 13) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการตามพระชนะของกู๊ด (Good. 1973 : 27) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพอใจ ซึ่งเป็นผลจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติของบุคคลต่อกิจกรรม

มอร์ส (Morse. 1955 : 27) ให้ความเห็นว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลได้น้อยลง ถ้ามีความเครียดมากจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำกิจกรรม

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 26) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการบริการตามพระชนะของ คอมีค (Cormik. 1947 : 173) ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความต้องการต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

อีเลีย (D.Elia. 1972 : 173) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลว่าชอบมากน้อยเพียงไร

เดสส์เลอร์ (Dessler. 1983) อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของคนเรา เช่น การมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข มีพวกพ้อง มีคนยกย่องต่าง ๆ เหล่านี้ ได้รับการตอบสนองแล้ว

เค็นดอล (Kendall. 1969) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกรวม ๆ ระหว่างความคาดหวังว่าบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์และความต้องการทางจิตวิทยาของเขาด้วย

นิวคูเมอ (Newcumer. 1956) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการ

ณรงค์ สวีแพทย์ (2537 : 12) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการตามธรรมชาติของ กิติมา ปรีดีติลล และธงชัย สันติวงษ์ สรุปได้ว่า

กิติมา ปรีดีติลล (2529 : 321) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงานและปฏิบัติงานนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2519 : 375) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานนั้นเป็นพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นไปโดยมีข้อสมมติฐาน 3 ประการ ซึ่งสัมพันธ์กันอยู่คือ

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ก็โดยที่จะต้องมีสาเหตุมาทำให้เกิด
2. พฤติกรรมนี้จะเกิดขึ้นได้โดยตรงที่ตมต้องมีแรงกระตุ้น สิ่งหนึ่งสิ่งใดมากระตุ้นทำให้เกิด
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะเป็นไปได้โดยมีจุดมุ่งหมายเสมอ

จากความหมายต่าง ๆ ข้างต้น จึงพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง พฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกใด ๆ ของมนุษย์ซึ่งจะต้องเกิดจากเหตุผลเสมอ ความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน เรียกว่า แรงจูงใจ เมื่อได้รับการจูงใจก็จะเกิดความพึงพอใจ ธงชัย สันติวงษ์ (2519 : 375) ได้สรุปว่า

$$\text{ระดับความพึงพอใจของลูกค้า} = \text{คุณภาพบริการ} = \frac{\text{บริการที่ลูกค้าได้รับ}}{\text{ความคาดหวังของลูกค้า}}$$

ความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

หมายถึงพฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกที่ดีใด ๆ ของมนุษย์ซึ่งเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านภาพพจน์กิตติศัพท์ชื่อเสียงของบริษัท ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ของบริษัท ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ ความแปลกใหม่ของบริการ การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย การแนะนำผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ การให้ข้อมูลข่าวสารบริการพิเศษใหม่ ๆ การบริการเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับบริษัทและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของบริษัท เป็นต้น

ความพึงพอใจในการอำนวยความสะดวก

หมายถึงพฤติกรรมหรือการแสดงออก ความรู้สึกที่ดี หรือเจตคติที่ดี รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกที่ดีใด ๆ ของลูกค้าเมื่อได้รับการอำนวยความสะดวกในด้านความสะดวกในการโทรศัพท์มายังศูนย์รับแจ้งฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง การทำงานอย่างมีระบบขั้นตอน การลดขั้นตอนใน

การดำเนินงานให้ลูกค้า การให้บริการที่ตรงเวลา ความตรงต่อเวลาของแพทย์ การแต่งกายของแพทย์ ความกระตือรือร้นในการให้บริการต่อลูกค้าของแพทย์ เป็นต้น

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวป้อนก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ (สโรช ไสยสมบัติ. 2534:7)

ยิ่งกว่านั้นการให้บริการนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้า ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดภาพลักษณ์และความพึงพอใจที่ดีต่อบริษัท ฉะนั้นพลังก้าวหน้าของบริษัททางหนึ่งจึงอยู่ที่การให้บริการประทับใจลูกค้า ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กร ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (ไทยประกันชีวิต จำกัด. 2539:7)

ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการ

มิลเลต (Millet.1954:397-400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรม
2. เสมอภาคและเสมอหน้า ไม่ว่าจะเป็นใคร
3. การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

ฟิซเกอราลด์และดูรานท์ (Fitzgerald & Durant. 1980 : 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงานปกครองท้องถิ่น โดยมี

พื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ เกณฑ์ (Criteria) ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้รวมทั้งการตัดสิน (Judgment) ของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

สวานริดและกันลาซ (Reid & Gundlach, 1993 : 41) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการพบปะกับพฤติกรรมการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่าหลังจากได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาทั้งหมดได้และทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

นักวิชาการของไทย เช่น สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530 : 42) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐ ในการศึกษาของเขาว่า หมายถึง ระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลที่ดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2531 : 61) กับงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม : การวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระดับยูนิแวร์เซิลและระดับมิลติแวร์เซิล ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรมว่าทัศนคติเชิงปฏิฐานและเชิงนิเสธของประชาชนที่มีต่อกระบวนการยุติธรรม

มนีวรรณ ต้นไทย (2533 : 66-69) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการให้ด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

วัลลภา ขายหาต (2532 : 65) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการในลักษณะของ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา

3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการ ในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการ อาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ. 2534 : 39)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการ ขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากรับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความดีของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ มีดังนี้ (ไทยประกันชีวิต. 2539 : 9-10)

1.1 มีความรู้และรู้รอบในเรื่องของสินค้า บริการ ผู้บริหาร โครงสร้างขององค์กร นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กร โดยเฉพาะงานในหน้าที่ที่ต้องการศึกษาหาความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไปต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในตนเอง และมีความคล่องตัว แสดงถึงความกระตือรือร้น สุขภาพ จริใจ ดูเป็นธรรมชาติ การแต่งกายเรียบร้อย สะอาด สวยงามเหมาะสมกับกาลเทศะ เหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการน่าชมมอง น่านิยมนับถือ น่าเข้าใกล้ และน่าประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ

1.3 ร่างกายแข็งแรง ท่าทางคล่องแคล่ว สุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ มีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอ ย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้นการระวังกสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอจะมีผลทำให้จิตใจ สมอง สติปัญญา สุขภาพจิตดีเป็นปกติ การทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4 มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี ชอบให้บริการผู้อื่น ยึดถือว่าบุคคลอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอ ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและตั้งใจ

1.5 ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต มีใจเมตตากรุณา เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ให้ความช่วยเหลือ เมื่อเห็นผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อน สามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจอย่างจริงจัง

1.6 เป็นคนช่างสังเกต มีปฏิภาณดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การพบปะหรือประจันหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อ ย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้ ความมีปฏิภาณไหวพริบดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จะช่วยลดหลบหลีกมิให้อีกฝ่ายนั้นเกิดขึ้นได้ ประการสำคัญความมีปฏิภาณไหวพริบจะช่วยเสริมบุคลิกภาพ ความอะลุ่มอล่วย และความเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

2. ด้านสถานที่ประกอบการ ลักษณะของสถานที่ให้บริการที่ดี (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540:11)

- 2.1 ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง
- 2.2 สะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่
- 2.3 การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ
- 2.4 สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป
3. ด้านความสะอาดที่ได้รับ ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ
 - 3.1 มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ
 - 3.2 มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า
 - 3.3 การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ
 - 3.4 การให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ
4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

4.1 ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับบริการจะได้รับ

4.2 การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

4.3 การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการทำเสนอข้อมูลที่ยังไม่คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง

5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ การบริการที่มีการดำเนินการที่ดี ได้แก่

5.1 รวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง

5.2 การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณี ลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ยังไม่เสียเวลา

5.3 การดำเนินการในด้านบริการต่าง ๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชวาล สุวรรณเสวี (2544) ได้ศึกษาและทำการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาปรากฏดังนี้ การศึกษามีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) การวิเคราะห์ทางด้านปริมาณ โดยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณ และการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงต้นทุนและ/หรือผลตอบแทน (2) การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณ วิธีการศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์ข้อ 1 นั้น ได้กำหนดอายุของโครงการเป็นเวลา 10 ปี และทำการวิเคราะห์การเงินซึ่งประกอบด้วย การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (BC Ratio) และระยะเวลาคืนทุน (PB) ผลการศึกษาพบว่า ณ อัตราดอกเบี้ย 11% อัตราการขยายตัวของรายได้/ต้นทุน 3% ได้ค่าดังนี้ ค่าอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 15.56% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 5,026,498.69 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (BC Ratio) 1.32 และระยะเวลาคืนทุน (PB) 4 ปี 2 เดือน หลังจากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ความไว โดยมีการเปลี่ยนแปลงรายได้/ต้นทุนจาก 3% เป็น 5% และ 7% ณ ระดับอัตราดอกเบี้ย 8.5% 11% และ 12% แล้วทำการวิเคราะห์ทางการเงินว่าจะมีความเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด ผลการศึกษาพบว่า ถ้าหากอัตราดอกเบี้ยลดลงเหลือ 8.5% ในขณะที่รายได้/ต้นทุนเพิ่มขึ้น 7% จะให้ผลการวิเคราะห์ทางการเงินที่ดีที่สุด คือได้อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 20.07% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 8,439,817.41 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (BC Ratio) 2.161 และระยะเวลาคืนทุน (PB) 2 ปี 9 เดือน วิธีการศึกษา

เพื่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นั้น ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการนวดแผนโบราณ ผู้เรียนนวดแผนโบราณ จำนวนรวมทั้งสิ้น 62 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านราคา บริการ และสถานที่ รวมถึงการส่งเสริมการขายนั้นมีส่วนต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า ส่วนของผู้ประกอบการปัจจัยที่มีส่วนต่อการตัดสินใจในการจัดตั้งโรงเรียนนวดแผนโบราณ ได้แก่ กำไร การอนุรักษ์ศิลปะการนวด และยังเป็นการสร้างงานได้อีกทางหนึ่งด้วย

วิภาพร มหาชัย (2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีประสบการณ์ในการใช้สปามาแล้วเฉลี่ย 6-10 ครั้ง สาเหตุของการใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ผู้ใช้บริการสปาทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการผ่านทางอินเตอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ บริการที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นชอบใช้ในสถานบริการสปา คือ การนวดแผนไทยและการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย ซึ่งจะใช้เวลาเฉลี่ยประมาณครั้งละ 2 ชั่วโมง

สุดสงวน คำคุณ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับการใช้บริการการนวดไทยในคลินิกการแพทย์แผนไทย อำเภอคลองสะแก จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ในการนวดไทย ทักษะการนวดไทย ความเชื่อต่อการนวดไทย ค่านิยมต่อการนวดไทย การรับรู้ต่อการนวดไทย ปัจจัยสนับสนุน และการยอมรับจากบุคคลอื่น ได้แก่ ญาติ เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์ และปัจจัยเอื้ออำนวย ได้แก่ การบริการ ระยะเวลา และความสะดวกในการได้รับข้อมูลข่าวสารตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ไปรับบริการในคลินิกการแพทย์แผนไทย อำเภอคลองสะแก 382 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ไปใช้บริการนวดไทย จำนวน 122 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยนำด้านความรู้ ทักษะ ความเชื่อ ค่านิยม การรับรู้ของผู้ที่ไปใช้บริการการนวดไทยอยู่ในระดับมาก และผู้ที่ไม่ไปใช้บริการนวดไทยอยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยสนับสนุนและการยอมรับของบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ ญาติ เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์ของผู้ที่ไปใช้บริการ และผู้ที่ไม่ไปใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง 3) ปัจจัยเอื้อด้านการบริการ ระยะเวลา ความสะดวก วิธีการได้รับข้อมูลข่าวสารของผู้ที่ไปใช้บริการและผู้ที่ไม่ไปใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

อุดม อุดมวรรณกุล (2545) ศึกษาเรื่องการถ่ายทอดการนวดแผนไทยบ้านป่าบาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการถ่ายทอดการนวดแผนไทย วิธีการรักษา และการเข้าสู่การเป็นหมอนวดแผนไทยภายใต้บริบททางสังคม และวัฒนธรรมชุมชน โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีผสมผสานกัน ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างแน่นอน การสังเกต การสนทนากลุ่มและ

ผลของการศึกษารูปได้ว่า ประชาชนที่ศึกษาเป็นประชาชนทั้งชุมชนโดยเฉพาะหมอนวดแผนไทยที่ยังคงให้บริการและ/หรือเลิกบริการแล้ว ประชาชนชาวบ้านบางมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายมีวัฒนธรรมความเชื่อเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และมีความสัมพันธ์เป็นวงศ์าคณาญาติ มีความเชื่ออาหารและพึ่งพิงกัน ชุมชนแห่งนี้จึงเป็นชุมชนที่มีการถ่ายทอดความรู้ด้วยการสืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษแล้ว มีการถ่ายทอดความรู้กันในลักษณะการกล่อมเกลากลับมาทางสังคม โดยพ่อสอนให้ลูกหลาน สมาชิกในครอบครัว เครือญาติและเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ยังได้มีการเรียนรู้จากผู้เฒ่า ผู้แก่ ผู้รู้ หมอพื้นบ้าน ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน เนื่องจากในอดีตสมัยที่มีการคมนาคมไม่สะดวก มีสถานบริการของรัฐอยู่ห่างไกลประชาชนที่มีการเจ็บป่วยจะต้องพึ่งพาการรักษาพยาบาลแบบดั้งเดิมที่ได้เรียนรู้กันมานั้นคือ การรักษาด้วยการบีบ นวด เหยียบ ด้วยสมุนไพร ด้วยไสยศาสตร์ และความรู้ในการรักษาพยาบาลด้วยการนวดแผนไทย ด้วยไสยศาสตร์ ได้มีการสืบทอดกันมาให้ได้พบเห็นถึงปัจจุบัน ส่วนมากมักจะสืบทอดอยู่ในครอบครัวที่บรรพบุรุษเป็นหมอพื้นบ้านของชุมชนมาก่อน แต่ในปัจจุบันหมอพื้นบ้านยังมีให้ได้พบเห็นอยู่ ถึงแม้คุณค่าสังคมสมัยปัจจุบันได้เห็นว่า การรักษาพยาบาลแพทย์แผนปัจจุบันได้ผลที่รวดเร็วตอบสนองของความเจ็บป่วยที่เห็นทันตาว่าการรักษาพยาบาลแบบพื้นบ้าน

ความพึงพอใจของผู้ป่วยใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในชนบททั้งเมือง ด้วยวิธีการบีบ นวด เหยียบขาง และไสยศาสตร์ ยังให้ความพึงพอใจและยอมรับ ศรัทธา ซึ่งความพึงพอใจและยอมรับของการรักษาพื้นบ้านแบบการนวดแผนไทย ส่วนมากผู้สูงวัยและผู้สูงอายุยังมีความเชื่อที่สามารถรักษาโรคภัยไข้เจ็บและนิยมใช้กันอยู่ เนื่องจากความเชื่อที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาในอดีตผ่านวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีแล้วบอกเล่าและให้ปฏิบัติสืบทอดกันมา และอีกประการหนึ่งปัจจัยทางสังคมจิตวิทยาของผู้ป่วยหรือผู้รับบริการด้านความเชื่อดังเดิมมา มีความพึงพอใจในระบบบริการสูง มีความกังวลในเรื่องค่าใช้จ่ายน้อย แต่คนสมัยปัจจุบันทั้งเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นคนสมัยใหม่ให้ความพึงพอใจและยอมรับการรักษาด้วยระบบการแพทย์แผนไทย น้อยกว่า ผู้สูงวัยและผู้สูงอายุ เนื่องจากคนเหล่านี้ได้เรียนรู้การรักษาพยาบาลจากสื่อต่าง ๆ และจากหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะสาธารณสุข ให้รู้จักการรักษาสุขภาพอนามัยและการรักษาพยาบาลด้วยวิธีวิทยาศาสตร์มากกว่าวิธีแพทย์แผนโบราณ และส่วนมากยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการรักษาพยาบาลด้วยการนวดแผนไทย และปัจจุบันก็ยังพบว่า การรักษาพยาบาลด้วยการแพทย์แผนโบราณ ยังคงมีอยู่กับประชาชนทุกกลุ่มควบคู่ไปกับการรักษาพยาบาลด้วยแพทย์แผนปัจจุบัน

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม ประชากรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วง 1-3 ปีที่ผ่านมา โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นแบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) โดยแบ่งตัวอย่างตามกลุ่มอาชีพ 1) ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกจ้าง พนักงานบริษัท 3) เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ 4) อื่น ๆ เช่น ผู้เกษียณอายุ แม่บ้าน รวมทั้งสิ้น 340 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

จากการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปท่องเที่ยวในเดือนมกราคมมากที่สุด ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่ท่องเที่ยวภาคเหนือ กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว คือ เที่ยวชมธรรมชาติ ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวกับครอบครัว โดยเดินทางร่วมกันทั้งสิ้น 2-4 คน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน ส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวคนละ 2,000-2,999 บาท การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดรายการทั้งหมดด้วยตนเอง ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวครั้งหลังสุดมีดังนี้ 1) ด้านการรับรู้ความต้องการ พบว่า สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ ประหยัดกว่าการเดินทางไปต่างประเทศ และสาเหตุที่ต้องการไปสถานที่ท่องเที่ยวในส่วนใหญ่นั้นคือ คนในครอบครัวระบุว่าอยากไป 2) ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเพิ่มเติมในการท่องเที่ยวครั้งหลังสุดด้วยการถามเพื่อน ญาติ คนรู้จักที่เคยไปมาแล้ว 3) ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์ในการประเมินสถานที่ท่องเที่ยวในครั้งหลังสุด คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเองในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว 4) ด้านการซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดการด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่พักและพาหนะในการท่องเที่ยวครั้งหลังสุด ด้วยการไปเอง จัดการทุกอย่างเองทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ไม่มีการจองโรงแรมล่วงหน้า ที่พักที่บ้านญาติ/เพื่อน โดยไม่ต้องเสียค่าที่พัก พาหนะหลักที่ใช้เดินทางคือ รถยนต์ส่วนตัว และรับประทานอาหารตามร้านข้าวแกง/ร้านอาหารทั่วไป สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางและจัดการทุกอย่างเองทั้งหมด คือ รู้สึกเป็นส่วนตัว ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกโปรแกรมท่องเที่ยว ที่พักและร้านอาหาร คือ ตัดสินใจเอง 5) ด้านความรู้สึกหลังการไปเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกหลังการเดินทางไปท่องเที่ยวไทยโดยรวมอยู่ในระดับ "พอใจปานกลาง" ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักแรม ร้านอาหาร

และภัตตาคาร และโครงสร้างพื้นฐาน และรู้สึก “พอใจมาก” ต่อองค์ประกอบด้านบริษัทท่องเที่ยว และด้านอื่น ๆ คือ ไม่พบปัญหาอุบัติเหตุ ส่วนปัญหาสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการท่องเที่ยวไทย คือ ความสกปรกเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ สินค้าและบริการต่าง ๆ ราคาแพง จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยไปท่องเที่ยวมาแล้วนั้น ประทับใจมากที่สุด คือ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดที่จะเลือกไปในอนาคตมากที่สุด คือ จังหวัดภูเก็ต และการได้รับข้อมูลข่าวสารโครงการ “เที่ยวทั่วไทย ไปได้ทุกเดือน” ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารโครงการนี้ โดยที่สนใจท่องเที่ยวตามโครงการในเดือนเมษายนเย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์มากที่สุด และชอบโปรโมชั่นบัตรท่องเที่ยวทั่วไทย

สุชาวลี สุทธิคณิง (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และปัญหาของการใช้บริการนวดแผนโบราณของผู้ประกอบการชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนโบราณตามสถานบริการนวดแผนโบราณ 19 แห่ง รวมทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามสัดส่วนของพนักงานนวดของสถานบริการนวดแผนโบราณแต่ละแห่ง โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี สมรสแล้ว มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,100 – 10,000 บาท สถานบริการนวดแผนโบราณที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยไปใช้บริการและใช้บริการอยู่ในปัจจุบันมากที่สุด คือ รินแก้วโพธิเวช ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 4 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาและวันที่มาใช้บริการไม่แน่นอน ส่วนใหญ่มารับบริการเป็นเวลา 2 ชั่วโมง เหตุผลที่มาใช้บริการเพื่อคลายความเครียดมากกว่าด้านอื่น ๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้ 1) ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดที่มีประสบการณ์ ความชำนาญฝีมือ และความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี และด้านผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า 2) ปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าเปลี่ยนเวลานวดสะอาด 3) ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย 4) ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก 5) ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาต่อชั่วโมง 6) ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาและ

การส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ด้านสุขภาพ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ มีดังนี้ 1) ปัญหาด้านบุคคลและการบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดและพนักงานต้อนรับชอบขอทิปจากลูกค้า 2) ปัญหาด้านราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านคิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง มากกว่าด้านอื่น ๆ 3) ปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าถอดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด 4) ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ แอร์ไม่เย็น และ 5) ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด 6) ปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ร้านเพิ่งจะเปิดให้บริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี มากกว่าปัญหาอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปใช้บริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์

ชรินทร์ วรกุลกิจกำธร (2545) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของการนวดแผนไทยในปัจจุบันของจังหวัดเชียงราย และศึกษาแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 285 คน จากสถานบริการนวดแผนไทย 4 แห่ง นอกจากนี้ยังได้เก็บข้อมูลจากหมอนวดจากสถานบริการทุกแห่งจำนวน 8 คน โดยการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ และสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอีก 2 ท่าน สรุปผลการศึกษาพบว่า บริบทของการนวดแผนไทยในปัจจุบันของจังหวัดเชียงราย มี 2 ด้าน คือ 1) บริบทด้านการศึกษาการนวดแผนไทย ที่แบ่งการนวดออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ การนวดแบบราชสำนักและการนวดแบบเชลยศักดิ์ โดยประเภทของการนวด ได้แก่ การนวดแบบยืดหรือดัด การนวดแบบจับเส้น และการนวดแบบกดจุด 2) บริบทด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องและข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากสถานบริการทั้ง 4 แห่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีอาชีพค้าขายเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีถิ่นพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงราย และส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการนวดในสถานบริการ ผู้ใช้บริการจะไปโดยให้รถยนต์ส่วนตัว ส่วนกลุ่มตัวอย่างหมอนวดที่ให้บริการในสถานบริการทั้งสี่แห่ง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ

ระหว่าง 21-30 ปี ทำงานเป็นหมอนวดเป็นอาชีพหลัก มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-8,000 บาท การศึกษาอยู่ในระดับทั้งประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในอัตราที่เท่ากัน

ส่วนแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้ 1) ข้อมูลที่จำเป็นทางด้านการตลาดได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค ราคา และการส่งเสริมการขาย 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในสถานบริการในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง และความพึงพอใจในด้านการโฆษณาอยู่ในระดับต่ำหรือมีความพึงพอใจน้อย 3) ความต้องการของตลาด 4) นโยบายและแผนของรัฐบาล 5) แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ควรจะเริ่มต้นที่ความร่วมมือของภาครัฐ เอกชน ห้างถิ่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้มีการจัดทำแผนแม่บทเพื่อธุรกิจการนวด และควรกำหนดทิศทางให้ชัดเจน ตลอดจนการนำกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแผนการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นตัวอย่างจำนวน 2 แผน คือ แผนด้านการตลาด และแผนความร่วมมือกับภาครัฐ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 วิธีการศึกษา

3.1.1 เนื้อหาของการวิจัย การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาความคิดเห็นและความเข้าใจของคำว่า "ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการขนาดแผนไทย" โดยศึกษาจากทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างประเทศ และผู้ประกอบการ

3.1.2 ประชากร ประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ

1. ผู้ประกอบการขนาดแผนไทย
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

3.1.3 พื้นที่การวิจัย การวิจัยนี้กำหนดพื้นที่เฉพาะจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วย 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ

3.1.4 วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการขนาดแผนไทยและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการขนาดแผนไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นประเด็นหลักในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยดังกล่าว โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 3 ข้อที่ 4 และข้อที่ 5 ซึ่งใช้สำหรับสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้แบบสอบถามร่วมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยแต่ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวจำนวน 20 ราย

3. แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 โดยนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในคำถามวิจัยข้อที่ 3 ข้อที่ 4 และ ข้อที่ 5 มาสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจขนาดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดการสนทนากลุ่ม จำนวน 2 ครั้ง โดยการ

ประชุมครั้งที่หนึ่ง เพื่อขอความเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแบบสอบถาม และการประชุมครั้งที่สองเพื่อสรุปข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถาม ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่ม มีดังนี้

3.1 กลุ่มผู้ประกอบการขนาดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

3.2 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น สาธารณสุขจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว คือ เดือนกันยายน พ.ศ.2548 โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัย หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ จำนวน 400 ชุด และสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 20 ราย และทำการประมวลผลเพื่อจัดประชุมกลุ่มย่อยอีกครั้งเพื่อสรุปผลการสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูล การวิจัยเรื่องนี้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยศึกษาจากทัศนะของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยจัดเก็บข้อมูลดังนี้

1. ประชากร (Population) ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบการขนาดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

2. กลุ่มตัวอย่าง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม

1. ผู้ประกอบการ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงในแต่ละอำเภอของจังหวัดเชียงราย

โดยวิธีการเชิญเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยอ้างอิงสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในปี 2546 จำนวนทั้งสิ้น 467,517 คน (ไม่สามารถใช้ข้อมูลของปี 2547 ได้ เนื่องจากข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่มี) ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในครึ่งปีแรกจำนวน 211,456 คน ครึ่งปีหลังจำนวน 256,061 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน (Yamane 1970:580-581) ด้วยความเชื่อมั่น 95%

ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่เท่ากัน ให้กับจำนวน 16 อำเภอ 2 ถึงอำเภอ ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างของแต่ละอำเภอเท่ากับ 22 ตัวอย่าง

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการนวดแผนไทย เพื่อนำมาใช้สร้างแบบสอบถาม จากตำราวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2. ขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับศักยภาพและความพร้อมในการทำธุรกิจ

3. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น

3.1 แบบสอบถามให้ผู้ตอบเลือกตอบ (Check List) เพียงข้อเดียวเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา

3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

จาก ข้อ 3.1 และ 3.2 จะกำหนดค่าคะแนนจากแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

1. การวิเคราะห์ความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

2. การทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นความถี่ โดยใช้ค่าไคสแควร์