

บทที่ 5

สรุปผลข้อมูล

สรุปผลข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทย ในจังหวัดเชียงใหม่

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ สรุปได้ดังนี้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 30 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.67 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.33 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.67

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานธุรกิจร้านนวดแผนไทย สรุปได้ดังนี้

จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพการดำเนินธุรกิจร้านนวดแผนไทย สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดดำเนินธุรกิจร้านนวดแผนไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 ลักษณะธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนตั้งแต่ 500,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.67 จำนวนพนักงานในร้าน ส่วนใหญ่มีจำนวนไม่เกิน 10 คน มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 ร้านนวดแผนไทยทำการเปิดให้บริการทุกวัน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 รูปแบบการให้บริการของร้านทุกร้านให้บริการการนวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลายและการนวดฝ่าเท้า จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

การเตรียมความพร้อมในด้านภาษาต่างประเทศให้แก่พนักงานในร้าน

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทยมีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศให้แก่พนักงานในร้าน โดยมีการสนับสนุนให้พนักงานเรียนภาษาอังกฤษและภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศสเพิ่มเติม โดยจัดส่งให้ไปเรียนเพิ่มเติมตามสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ จัดเวลาสอนที่ร้าน โดยให้พนักงานได้เรียนฝึกพูดภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารพื้นฐาน เนื่องจากที่ร้านส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวจีน การรับสมัครพนักงานต้อนรับ/พนักงานนวด ที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษได้ ร้านนวดแผนไทยบางแห่งกำหนดให้พนักงานเรียนรู้และฝึกภาษาต่างประเทศด้วยตัวเอง ทำการจัดอบรมด้านการใช้ภาษา ให้แก่พนักงานเดือนละครั้ง

ความต้องการในการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทยต้องการให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาจัดการและควบคุมดูแลเรื่องการกำหนดอัตราค่าบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้มากยิ่งขึ้น ควรกระตุ้น

เศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพิ่มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ร้านนวดแผนไทยในภาพรวม ช่วยส่งเสริมด้านการใช้ภาษาในการสื่อสาร โดยการจัดอบรมภาษาต่างประเทศฟรีสำหรับพนักงานร้านนวดแผนไทย อีกทั้งควรควบคุมการเปิดร้านที่อนุญาตให้ประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพเฉพาะคนไทยเท่านั้น มีการควบคุมและกำหนดรูปแบบการเรียนนวดที่ถูกต้องตามหลักการนวดแผนไทยให้เป็นมาตรฐาน และนอกจากนี้ควรมีการจัดอบรมระยะสั้นด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศและการสอนนวดที่เป็นมาตรฐานฟรี

3. การบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทย สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุผลิตภัณ์และบริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.44 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเน้นคุณภาพของผลิตภัณ์ที่นำมาใช้และเน้นพนักงานบริการที่สุภาพ เต็มใจให้บริการเท่ากับ 4.62

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือมีช่องทางหลากหลายในการให้ลูกค้าชำระเงิน เท่ากับ 4.75

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งเน้นทำเลใกล้แหล่งธุรกิจ/นักท่องเที่ยว เท่ากับ 4.42

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้า เท่ากับ 4.14

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีชุดฟอร์มพนักงาน เท่ากับ 4.46

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.80 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การทำความสะอาดพื้นที่ในการให้บริการ เท่ากับ 4.95

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลุ่ทุการตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลุ่ทุด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานบริการโดยจ้างผู้เชี่ยวชาญมาสอน เท่ากับ 3.97

4. ปัญหาอุปสรรคในการกำหนดกลุ่ทุการตลาดของธุรกิจร้านนวดแผนไทย สรุปได้ดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณ์และบริการ พบว่าผลิตภัณ์ที่นำมาใช้ในการนวดให้แก่ลูกค้า เช่น น้ำมันนวดทางร้านใช้ผลิตภัณ์ที่มีคุณภาพสูงมีราคาแพง จะทำให้ทำการคิดค่าบริการแพงขึ้น

ปัญหาการกำหนดอัตราค่าบริการ พบว่าในบางครั้งร้านนวดแผนไทย พบว่าร้านนวดแผนไทยบางร้านจำเป็นต้องลดอัตราค่าบริการ เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก และคู่แข่งนั้นมักจะลดราคาตัดหน้า

ปัญหาด้านสถานที่ พบว่าบางร้านต้องจ่ายค่าเช่าร้านในราคาแพง ขนาดร้านค่อนข้างคับแคบ บางร้านต้องเช่าในซอยทำให้ลูกค้ามองไม่เห็น

ปัญหาการส่งเสริมการตลาด พบว่าร้านนวดแผนไทยจำเป็นต้องใช้ผู้มีความรู้ด้านภาษาจีน ช่วยโปโมทเว็บไซต์ และลงโฆษณาตามนิตยสาร ทำให้มีค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการตลาดสูง ส่วนหนึ่งแม้ว่าจะมีการใช้สื่อ Social media ประเภท Facebook ที่ร้านเปิดเพจเพื่อโฆษณาร้านก็ยังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากนัก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือชาวต่างชาติจากประเทศอื่นที่ไม่นิยม Facebook และไม่มีเม็ดเงินส่งเสริมการตลาดมาใช้หลากหลายเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาด้านบุคลากรและพนักงาน พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ได้แก่การขาดแคลนพนักงานนวดที่มีฝีมือเป็นมาตรฐาน อัตราการเข้า-ออก ของพนักงานนวดมีสูง และเกิดขึ้นบ่อยครั้ง อีกทั้งในช่วงเวลาที่มีลูกค้าใช้บริการจำนวนมากจำนวนมาก ทำให้ร้านต้องเรียกใช้บริการพนักงานอิสระ แต่พนักงานเหล่านี้มักทำงานไม่มีคุณภาพ ควบคุมคุณภาพการนวดค่อนข้างยาก ทำให้บางร้านจำเป็นต้องรับแรงงานต่างด้าวมาทำงานเป็นพนักงานนวด เนื่องจากค่าแรงถูก แต่ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านการนวดแผนไทยที่เป็นมาตรฐาน อีกปัญหาที่พบเสมอได้แก่ปัญหาการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ

ปัญหาการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าหากทำการตกแต่งร้านให้สวยงามอยู่เสมอต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก

ปัญหาด้านกระบวนการ พบว่าบางครั้งร้านนวดแผนไทยเจอลูกค้าเอาแต่ใจ ต้องการบริการการนวดที่ดีที่สุด แต่ขอจ่ายน้อยที่สุด อีกประการหนึ่งคือปัญหาด้านการบริหารจัดการร้านค้า ไม่มีการนำเอาระบบซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยเหลือในการจัดระบบการบริหารงาน

ปัญหาด้านอื่นๆ พบว่าร้านนวดแผนไทยในเขตจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีร้านที่เปิดดำเนินการจำนวนมาก

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.75 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 260 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.00 ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในยุโรป จำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.50 อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 316 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.00 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.00 ลักษณะการเดินทางมา

ท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มากับเพื่อน จำนวน 315 คิดเป็นร้อยละ 78.75 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 388 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.00

2 ข้อมูลการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สรุปลำดับดังนี้

ข้อมูลการใช้บริการนวดแผนไทย ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการมาพักในเมืองไทย ส่วนใหญ่พักน้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 การใช้บริการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการมาก่อน จำนวน 289 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.25 วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดเพื่อผ่อนคลาย จำนวน 363 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.75 รูปแบบการบริการนวดแผนไทยที่เคยใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ นวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลายแก้ปวดเมื่อย จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.50 สถานที่ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการตามร้านที่เปิดให้บริการทั่วไป จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.00 หลังจากที่ได้รับบริการนวดแผนไทย พบว่าส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการอีกแน่นอน จำนวน 392 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.00 การแนะนำมาใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยากจะแนะนำให้คนรู้จัก/เพื่อน/คนในครอบครัว จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 บุคคลหรือสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่ได้แก่วารสาร/เอกสารการท่องเที่ยว จำนวน 223 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.75

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปลำดับดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย เท่ากับ 4.64

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.45 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน เท่ากับ 4.50

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ มีความปลอดภัย เท่ากับ 4.40

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ ชื่อเสียงของการนวดแผนไทย เท่ากับ 4.41

ปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ มีความรู้และความชำนาญในการนวดแผนไทย เท่ากับ 4.42

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม สะอาดตา เท่ากับ 4.23

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.24 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการบริการที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว เท่ากับ 4.39

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลยุทธ์ราคา การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสมพิศ กองอังกาบ (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสมพิศ กองอังกาบ (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสมพิศ กองอังกาบ (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปวางแผนกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านนวดแผนไทย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ดังนี้

1. ด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน และมากับเพื่อน กลุ่มคนเหล่านี้ควรได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการนวดแผนไทย ในด้านประโยชน์ด้านสุขภาพ ดังนั้นควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการนวดแผนไทยให้มากยิ่งขึ้น

2. การใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นิยมใช้บริการนวดเพื่อการผ่อนคลาย และหลังจากใช้บริการแล้ว จะกลับมาใช้บริการอีก อีกทั้งจะแนะนำให้เพื่อ คนในครอบครัวได้รู้จัก ดังนั้นจึงควรใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย และสามารถเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น เพื่อการมาใช้บริการซ้ำ เช่น การลด แลก แจก แถม การใช้สื่อ Social media เป็นต้น