

**ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า
ในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี**

**Demand and operation of the Thai massage shop business in department stores
in Bang Lamung District Chonburi**

พิณศตะวัน พิชาธิติกุล

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่ 1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาดการใช้บริการนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า 2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี 3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและพฤติกรรมองค์กร การเงินธุรกิจ การจัดการตลาด และการดำเนินงาน 4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน สถิติได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่แต่งงาน จบปริญญาตรี ส่วนใหญ่รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มาห้างสรรพสินค้าเดือนละ 1-2 ครั้ง มากับเพื่อน ใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง ใช้บริการ 2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เข้ารับบริการเพื่อการพักผ่อน/ผ่อนคลาย นวดตัว (แผนไทย) ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง ใช้บริการเวลา 10.00-12.00 น. ใช้บริการในวันหยุด ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้ และแนะนำต่อ ปัจจัยด้านการตลาดบริการร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าภาพรวม ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ การส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ ผลลัพธ์ที่ใช้นวด สถานที่ ภายนอก การให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านราคา ตามลำดับ การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า ด้านการตลาด ได้แก่ 1) ผลลัพธ์และบริการ 2) ราคา 3) ช่องทางจำหน่าย 4) การส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคลากร และพนักงาน 6) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ ด้านการเงิน ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การลงทุนและโครงสร้างเงินทุน 2) กลยุทธ์สภาพคล่องทางการเงิน 3) กลยุทธ์การสร้างผลกำไร

คำสำคัญ: ความต้องการ การดำเนินงาน ร้านนวดแผนไทย ห้างสรรพสินค้า จังหวัดชลบุรี

Abstract

The objectives of this study were: 1. to study the market demand and behavior of using traditional Thai massage in department stores; 2. to study sales and sales trends for 5 years; 3. to study the operations of Businesses related to management and organizational behavior business finance market management 4. To study the strategic management planning of the Thai massage business in department stores for a period of 5 years. Using questionnaires as a tool to collect data Users of Thai massage shop business in department stores in Bang Lamung District Chonburi Province, 200 people. Statistics are frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that Most of the respondents were female, aged 31-45 years, most were married, graduated with a bachelor's degree, most were civil servants/state enterprise employees. Most of them come to the mall 1-2 times a month, come with friends, use the service 1-2 times a month, use the service for 2 hours. Use the service from 10:00 a.m. - 12:00 noon. Use the service on holidays. Most of them get information from the internet. Most will come back to use and continue to recommend. The overall marketing factor of Thai massage shops in department stores, overall, was found to be at the highest level. Can be sorted in descending order as follows marketing promotion followed by Products used for massage, location, physical, service process, personnel and price, respectively. Strategic management planning of Thai massage business in department stores. Marketing aspects are 1) products and services 2) prices 3) distribution channels 4) sales promotions 5) personnel and employees 6) building and Present physical characteristics 7) Financial process consists of 1) investment strategy and capital structure 2) financial liquidity strategy 3) profit-making strategy.

Key word: Demand, The operation, Thai massage parlors mall, Chonburi

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาพื้นฐานในเรื่องสุขภาพอย่างหนึ่งของคนสมัยนี้ คือการปวดเมื่อยเคล็ดขัดยอกตามร่างกาย วิธีการแก้ไขของชุมชนจะใช้วิธีการนวด ซึ่งเริ่มมาจากการช่วยเหลือกันเองในครอบครัว มีการใช้สอก เชา และเท้านวด ให้แก่กันหรือนวดตนเองเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ลดอาการเจ็บปวดและเมื่อยล้าการนวดจึงเป็นศาสตร์แขนง

หนึ่งที่ถูกถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง และเป็นการนวดเพื่อสุขภาพเพื่อผ่อนคลายบรรเทาเคล็ด ขัด ยอกกล้ามเนื้อและข้อต่อ กระตุ้นระบบประสาทให้รู้สึกสดชื่นทำให้การนวดแผนไทยเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพของประชาชน (ชติกา กิริติเจริญ และณัฐพงษ์ ชิตติวงมล, 2563) ทั้งนี้การนวดแผนไทยเป็นการนวดชนิดหนึ่งในแบบไทย ซึ่งเป็นศาสตร์บำบัดและรักษาโรคแขนงหนึ่งของการแพทย์แผนไทยเมื่อมีอาการปวดเมื่อยหรือเจ็บป่วย โดยจะเน้นในลักษณะการกด การคลึง การบีบ การตัด การดึง และการประคบการคลายปวดกล้ามเนื้อ แก้ปัญหาเส้นยึดต่าง ๆ ทำให้อาการปวดเมื่อยลดลง และการนวดแผนไทยจะมีท่ากดจุดกระจายตามตำแหน่งสำคัญทั่วร่างกาย ซึ่งจุดนี้สำคัญมาก จะต้องกระทำโดยผู้ที่ได้รับการอบรมในด้านการนวดแผนไทย (พรรณนภา หาญสุจินต์, 2564)

การนวดแผนโบราณเป็นการดูแลสุขภาพตามแนวทางธรรมชาติที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก โดยถือว่าสามารถที่จะบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพได้ทั้งร่างกายและจิตใจ ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการนวดแผนโบราณในไทยมากกว่า 3.3 ล้านคน ในจำนวนดังกล่าวเป็นชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 80 โดยมูลค่าตลาดนวดแผนโบราณของไทย ประมาณอย่างน้อย 5 พันล้านบาทต่อปี นอกจากนี้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการตลาดสูงแล้ว ยังเป็นธุรกิจที่สามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งด้านศาสตร์การนวดผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น มาสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงมาก รัฐบาลไทยได้เห็นความสำคัญจึงกำหนดให้บริการนวดแผนโบราณเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้ายุทธศาสตร์ที่มุ่งสร้างความเป็นเลิศในตลาดโลก อย่างไรก็ตามจากการที่ตลาดธุรกิจนวดแผนโบราณเป็นตลาดระดับโลกที่เติบโตอย่างรวดเร็ว (ศุภรางค์ จันทนวัลย์, 2562)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการนวดแผนไทยส่วนใหญ่เป็นคนไทย โดยเปิดดำเนินการในเมืองใหญ่หรือย่านธุรกิจตามแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีพนักงานให้บริการเฉลี่ยประมาณ 1-5 คน เป็นธุรกิจที่มีภาวะแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการหันมาดำเนินการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 - 20 ต่อปี นอกจากผู้ประกอบการรายใหม่แล้ว การนวดแผนไทยยังกลายเป็นบริการเสริมของธุรกิจที่มีอยู่แล้ว เช่น ตามร้านสถานเสริมสวยเสริมความงาม หรือโรงพยาบาลบางแห่ง ผู้ประกอบการจะหันมาทำธุรกิจนี้กันมาก เนื่องจากธุรกิจนี้สามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ระดับผู้ประกอบการ คนเดียว รับจ้างนวดตามบ้าน เปิดบริการนวดในบ้านของตัวเอง หรือเปิดบริการตามแหล่งชุมชน เช่น ตลาดหมู่บ้านขนาดใหญ่ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้าใกล้แหล่งท่องเที่ยวไปจนถึงเปิดบริการในสถานที่ค่อนข้างหรูหร่า เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น อย่างไรก็ตามในส่วนของ การดำเนินธุรกิจได้มีข้อจำกัดในเรื่องการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ มักเกิดปัญหาการแย่งชิงตัวบุคลากรที่มีความสามารถและความรู้ในการนวดระหว่างผู้ประกอบการในประเทศด้วยกันเอง ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่เปิดธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพจึงยังไม่สามารถสร้างรายได้ให้มากกว่าที่ควรจะเป็น หรือต้องปิดตัวเองไปหลายราย

แนวทางที่จะช่วยให้สถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพดำเนินกิจการไปได้ คือ การพัฒนาที่มุ่งเน้นไปที่ การบริการที่ดี ได้มาตรฐาน และมีจุดเด่นของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านการตกแต่งสถานที่ให้ดูสะอาดสวยงาม

สบายตา สถานที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวก ไปมาง่าย มีบริการที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือก การต้อนรับของพนักงานที่สุภาพเรียบร้อย การรวดเร็วได้คุณภาพตามมาตรฐาน การบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการยกระดับสถานประกอบการเข้าสู่มาตรฐานต่างๆ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาตนเองได้ จนเกิดเป็นบริการที่ดี เป็นที่ยอมรับกับผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดการใช้ซ้ำและบอกต่อ และนำไปสู่รายได้และความมั่นคงของธุรกิจต่อไป ดังนั้นในการดำเนินกิจการธุรกิจบริการนวดแผนไทยต้องมีการศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษา ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจบริการนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาดการใช้บริการนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและพฤติกรรมองค์กร การเงินธุรกิจ การจัดการตลาด และการดำเนินงาน
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า เป็นระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจบริการนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้รับบริการในหลายๆ รูปแบบรวมทั้งสิ้น 200 แบบสอบถาม การเก็บเอกสารที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยในครั้งนี้ จะเก็บจากสื่อออนไลน์ที่ทางธุรกิจนวดแผนไทยนั้นได้ให้สัมภาษณ์ตามบทความต่างๆ รวมถึงสอบถามไปยังธุรกิจนวดแผนไทยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และศึกษาค้นคว้าจาก Website ของบริษัทนั้นๆ

การทบทวนวรรณกรรม

วิโรจน์ สารรัตนะ (2545) ได้กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์กร โดยอาศัยหน้าที่หลักทางการบริหารอย่างน้อย 4 ประการ คือ การวางแผนการจัดองค์การ การนำและการควบคุม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบที่จะให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประกอบด้วย 1) การวางแผน (Planning) เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งนักวิชาการทั้งหลายกำหนดขึ้น ประกอบด้วยภารกิจจุดหมายและแผน 2) การจัดองค์การ

(Organizing) เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สืบเนื่องจากการวางแผนกล่าวคือ เมื่อองค์การจัดทำจุดหมายและแผนเชิงยุทธศาสตร์แล้ว ผู้บริหารควรต้องออกแบบโครงสร้างองค์การ เพื่อให้การบริหารงานบรรลุจุดหมายตามแผนเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การนั้น 3) การนำ (Leading) เป็นสภาวะที่ผู้นำใช้ความพยายามที่จะทำให้มีอิทธิพลต่อผู้อื่น เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดหมายขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การที่ผู้นำจะเป็นผู้นำที่มีศักยภาพดังกล่าวได้พึงทำความเข้าใจทฤษฎีการจูงใจ ภาวะผู้นำ การติดต่อสื่อสาร และการบริหารกลุ่ม เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม 4) การควบคุม (Controlling) เป็นกระบวนการวางระเบียบกฎเกณฑ์เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์การบรรลุผลตามจุดหมายที่กำหนดไว้มุ่งให้เกิดความมั่นใจว่าสมาชิกในองค์การได้ประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางที่จะทำให้บรรลุผลตามมาตรฐานการงานที่กำหนดไว้

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิดทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและการบริหารจัดการธุรกิจ 4 ด้าน ดังนี้

1. แนวคิดด้านการผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการแปรเปลี่ยนปัจจัยการผลิต ให้เป็นสินค้าหรือบริการที่มนุษย์ต้องการใช้เพื่อการอุปโภคหรือการบริโภค

ปัจจัยการผลิต (Factors of production) คือ สิ่งสำคัญที่ช่วยทำให้กระบวนการผลิตครบวงจรในการประกอบธุรกิจ ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการ เงินทุน แรงงาน และทรัพยากรที่ต้องการใช้ในการผลิต

กระบวนการผลิต คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์การตามลำดับ เริ่มต้นจากการนำปัจจัยการผลิตที่จำเป็นในการผลิตเข้าสู่การแปรรูป ให้กลายเป็นสินค้าหรือบริการ โดยอาจจะเห็นหรือไม่เห็นลักษณะเดิมของทรัพยากรที่นำเข้าสู่กระบวนการผลิตก็ได้การผลิตเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งของหน้าที่ทางธุรกิจ

2. แนวคิดด้านการตลาด

แนวความคิดทางการตลาด คือ การที่องค์กรใช้ความพยายามทั้งสิ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดยอดขายและกำไรในที่สุด วิชาการของแนวความคิดทางการตลาด แบ่งออกเป็น 5 แนวความคิด ดังนี้

2.1 แนวความคิดแบบมุ่งเน้นการผลิต แนวความคิดทางการตลาดแบบมุ่งเน้นการผลิตนี้จะยึดหลักว่าผู้บริโภคจะพิจารณาซื้อด้วยความพึงพอใจในสินค้าที่มีราคาต่ำและหาซื้อได้ง่าย นักการตลาดจึงต้องปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้น เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำและจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง ซึ่งจะเป็นตลาดของผู้ขายหรือตลาดผูกขาด

2.2 แนวความคิดแบบมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ แนวความคิดทางการตลาดแบบนี้จะยึดหลักว่าผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในสินค้าที่มีคุณภาพและรูปลักษณ์ที่ดีที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับราคาจึงต้องปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาให้ดีกว่าคู่แข่ง

2.3 แนวความคิดแบบมุ่งเน้นการขาย จะยึดหลักว่าผู้บริโภคมองจะซื้อสินค้าต่อเมื่อมีความจำเป็น นักการตลาดจึงต้องพยายามปรับปรุงหน่วยงานขายให้มีประสิทธิภาพด้วยการคัดสรรพนักงานที่มีความสามารถในด้านของเทคนิคการขาย โดยพยายามคิดค้นหาวิธีการขายรูปแบบใหม่ ๆ

2.4 แนวความคิดแบบมุ่งเน้นการตลาด จะยึดหลักว่าผู้บริโภคมองจะซื้อสินค้าด้วยความพึงพอใจ นอกเหนือจากคุณภาพของสินค้า นักการตลาดจึงต้องทำการวิจัยตลาด วิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลมาผลิตเป็นสินค้าหรือปรับปรุงสินค้าให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกับแนวความคิดทางการขายด้านต่าง ๆ

2.5 แนวความคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม เป็นแนวความคิดสมัยใหม่ที่ธุรกิจในปัจจุบันนี้ให้ความสนใจ และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีความคิดเห็นว่าธุรกิจควรให้บริการช่วยเหลือแก่สังคมในด้านต่าง ๆ โดยมีมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายเพียงเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่นการไม่ผลิตสินค้าด้วยคุณภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด

3. แนวคิดด้านการเงิน

แนวคิดด้านการเงิน คือ การดำเนินงานขององค์กร การบริหารการเงินให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จไม่ได้เพียงแต่การจัดหาเงินให้เพียงพอต่อการลงทุนและการใช้จ่ายของธุรกิจเท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายทำให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดกับธุรกิจ ซึ่งองค์การธุรกิจต้องการใช้เงินทุนในหลายเหตุผล ไม่ว่าจะเป็นเงินทุนเพื่อดำเนินธุรกิจในแต่ละวัน การจ่ายผลตอบแทน ค่าวัสดุคิบบ อันส่งผลถึงการกำหนดความต้องการในการใช้เงินทุน ดังนั้นในธุรกิจดาวเรืองผู้ประกอบการจะต้องวางแผนด้านการเงินให้เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ

4. แนวคิดด้านการบริหารงานบุคคล

การจัดการกำลังคน หรือการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หรือที่รู้จักในชื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Personnel Management หรือ Human Resource Management) การพัฒนากำลังคน ควรเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกคนให้ความสำคัญ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีค่าที่สุดขององค์การคือ ทรัพยากรบุคคล เป้าหมายของ Staffing คือเพื่อให้ได้ทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับองค์การ และเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถของทรัพยากรบุคคลเหล่านั้นกระบวนการ Staffing แนวคิดด้านการบริหารงานบุคคล คือ การจัดการด้านบุคคลควรเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกคนให้ความสำคัญเพื่อให้ได้ทรัพยากรบุคคลที่เหมาะสมที่สุดสำหรับองค์การตรงกับความต้องการในด้านต่าง ๆ ของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งธุรกิจดาวเรืองมีการบริหารงานด้านบุคคล คือ กำหนดจำนวนความต้องการของบุคลากรและทดสอบความสามารถของบุคคลว่า

ควรปฏิบัติงานในด้านใด จากนั้นจัดหาบุคลากรที่ต้องการ เมื่อต้องการให้บุคลากรมีความสามารถเพิ่มขึ้นก็
ถ่ายทอด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยการศึกษาเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า
ในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research)
โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ใช้บริการธุรกิจร้านนวดแผน
ไทยในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบประชากรที่แน่นอน
เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้
จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการ
ธุรกิจร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน หลังจากเก็บ
ข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นดำเนินการ
ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ สถิติได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard
Deviation) จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างมาตรวจสอบกับกรอบด้วย
หลักการ SWOT Analysis แล้วสังเคราะห์แนวทางด้วย TOWS Matrix และได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย
ในเรื่องเดียวกันจากเอกสารตำรา วารสาร บทความที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 ด้านอายุ ส่วนใหญ่มี
อายุ 31-45 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ส่วนใหญ่แต่งงาน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนใหญ่
จบปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนใหญ่รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 คน คิด
เป็นร้อยละ 25.0

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้ใช้บริการนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า ในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาห้างสรรพสินค้าเดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่มากับ
เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.5 ส่วนใหญ่ใช้บริการ 2 ชั่วโมง
คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนใหญ่เข้ารับบริการเพื่อการพักผ่อน/ผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 40.5 ส่วนใหญ่นวดตัว

(แผนไทย) คิดเป็นร้อยละ 18.0 และส่วนใหญ่ชอบนวดตัว (แผนไทย) คิดเป็นร้อยละ 32.0 อัตราค่าบริการนวดตัว (แผนไทย) ที่ 300 บาท / 1 ชั่วโมง และ 500 บาท / 2 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 71.5 อัตราค่าบริการนวดคอ บ่า ไหล่ ที่ 300 บาท / 1 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 44.0 อัตราค่าบริการนวดเท้า ที่ 250 บาท/1 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาแพงไป คิดเป็นร้อยละ 41.0 อัตราค่าบริการนวดน้ำมัน ที่ 300 บาท / 1 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 61.0 อัตราค่าบริการนวดสปา /อโรมา ที่ 400 บาท / 1 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 51.0 ด้านสำหรับร้านนวดในห้างสรรพสินค้า อัตราค่าบริการนวดประคบร้อน ที่ 690 บาท / 1 ชั่วโมงครึ่ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 43.0 ด้านสำหรับร้านนวดในห้างสรรพสินค้า อัตราค่าบริการนวดหน้า ที่ 350 บาท / 1 ชั่วโมง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 67.0 อัตราค่าบริการอบไอน้ำสมุนไพร ที่ 350 บาท /1 ชั่วโมง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 59.0 ส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 39.5 ส่วนใหญ่จะไปใช้บริการเวลา 10.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.5 ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้ คิดเป็นร้อยละ 74.5 และส่วนใหญ่แนะนำต่อ คิดเป็นร้อยละ 68.5

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดบริการร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการตลาดบริการร้านนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า ภาพรวม ภาพรวม พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 4.48) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ขนาด ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย = 4.47) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย= 4.46) และ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.45) ตามลำดับ สามารถพิจารณารายด้านได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ขนาด พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ/ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์ยี่ห้อที่เป็นที่รู้จัก /ยี่ห้อดัง (ค่าเฉลี่ย = 4.47) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร/จากภูมิปัญญาชาวบ้าน ผลิตภัณฑ์มีสรรพคุณพิเศษ (ค่าเฉลี่ย= 4.46) และผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน/มีความปลอดภัยต่อร่างกาย ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอม (ค่าเฉลี่ย = 4.45) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ มีการบริการที่มีคุณภาพและ

ได้มาตรฐาน มีความหลากหลายของการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.47) รองลงมาได้แก่ มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การทำเล็บ, ทำผม หรือบริการเสริมความงามอื่นๆ อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.46) และ มีความสะดวกในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย = 4.45) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ มีการแจ้งอัตราค่าใช้บริการอย่างชัดเจน อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.46) รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.45) และ ราคาได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย = 4.44) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ มีบุคลิกภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีทักษะด้านการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย = 4.48) รองลงมาได้แก่ มีใบประกาศนียบัตรรับรองด้านการนวด มีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีโรคติดต่อ (ค่าเฉลี่ย = 4.47) มีประสบการณ์, ความชำนาญและมีความรู้ในด้านการนวด มีความเอาใจใส่ในการให้บริการ มีความสุภาพ อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.45) และ แต่งกายเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย = 4.44) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ ตั้งอยู่บนชั้น 1 (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาได้แก่ สถานที่มีความปลอดภัย อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.47) และ ตั้งอยู่บนเส้นทางเดินหลัก ตั้งอยู่ใกล้ซูเปอร์มาร์เก็ต (ค่าเฉลี่ย = 4.46) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจเช่น การลดราคา มีการขายคูปองเป็นชุด โดยได้ราคาถูกลง (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาได้แก่ อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.48) มีบริการเสริมอื่นๆ โดยไม่คิดค่าบริการ เช่น แคมการทำเล็บฟรี (ค่าเฉลี่ย = 4.47) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย = 4.46) และมีระบบสมาชิก เช่น ลดราคาสำหรับสมาชิก สะสมแต้มแลกของรางวัล (ค่าเฉลี่ย = 4.45) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกายภาพ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังต่อไปนี้ การจัดตกแต่งร้านมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.51) รองลงมาได้แก่ ร้านมีกลิ่นหอมของสมุนไพรต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.48) ร้านไม่แคบจนเกินไปและมีจำนวนห้องนวดเพียงพอ เพลงที่ใช้เปิดสร้างบรรยากาศมีความเหมาะสมอุปกรณ์และเครื่องใช้ต่างๆ มีความสะอาด มีความเงียบ (ค่าเฉลี่ย = 4.46) และ อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.45) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้า เป็นระยะเวลา 5 ปี

4.1 ด้านการตลาด

1) **ผลิตภัณฑ์และบริการ** เน้นการให้บริการที่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นทั้งในด้านพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย เป็นกันเองและเต็มใจให้บริการ และบริการการนวดแผนไทยอย่างมืออาชีพ ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจอย่างมาก

2) **ราคา** ใช้กลยุทธ์ High Value ด้วยการกำหนดอัตราค่าบริการที่มีคุณค่าสูงในระดับปานกลาง ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ที่คุ้มค่าและเกิดความพึงพอใจ ทำให้มีความภักดีและแนะนำต่อคนรอบข้างแบบปากต่อปาก

3) **ช่องทางจำหน่าย** ขยายช่องทางในการติดตามข่าวสารผ่านเทคโนโลยี และพัฒนาระบบจอง

4) **การส่งเสริมการขาย** 1) นำจุดเด่นและชื่อเสียงของการนวดแผนไทยสนับสนุนบริการและการดำเนินการผ่านการประชาสัมพันธ์ 2) นำประโยชน์จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพหลายประเภทมาใช้ควบคู่กันในการประชาสัมพันธ์และแนะนำบริการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดการทดลองใช้บริการมากขึ้น 3) พิจารณามอบสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการใช้บริการและแนะนำบุคคลรอบข้างมากขึ้น

5) **ด้านบุคลากรและพนักงาน** พนักงานนวดทุกคนจะได้รับการฝึกและอบรมเกี่ยวกับการนวดในแบบต่าง ๆ เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นจะมีการอธิบายพนักงานนวดให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการต่าง ๆ ในการนวดแผนไทย เพื่อให้พนักงานนวดแต่ละคนมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำกับผู้บริโภคที่เข้ามาขอใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัท โดยเฉพาะพนักงานนวดที่มีความสามารถจะช่วยรักษาลูกค้าไม่ให้ไปใช้บริการที่อื่น

6) **การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** สินค้าที่ใช้เพื่อการบริการนั้นก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อธุรกิจ โดยรวมแล้วความต้องการหลักของผู้บริโภคที่มาใช้บริการในการนวดแผนไทย คือ ต้องการความผ่อนคลายและดูแลสุขภาพสุขภาพ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้เพื่อการบริการนั้นควรเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นหลัก ตลอดจนการเก็บรักษาที่ถูกต้องในส่วนของการบริการ ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพตลาด เพื่อที่จะนำเสนอการบริการที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นจะดำเนินการ ดังนี้ 1) ศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์ของชนิดผลิตภัณฑ์ที่จะเลือกนำมาใช้ 6.2) ทำการทดสอบผลิตภัณฑ์โดยการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้รู้และเข้าใจถึงประโยชน์และคุณสมบัติที่สำคัญและสามารถนำไปอธิบายให้ผู้บริโภคเข้าใจยิ่งขึ้น นอกจากจะเป็นการสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้บริโภคแล้วยังช่วยสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานที่ปฏิบัติงาน 3) ทำการคัดเลือกผู้ขายหรือตัวแทนขาย

ผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในธุรกิจเดียวกัน 4) ทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ภายในร้านเป็นประจำ 5) ทำความสะอาดพื้นที่ให้บริการทุกวัน 6) มีการสำรวจตลาดเพื่อหาผลิตภัณฑ์ใหม่มาให้บริการลูกค้า มีการประชุมและปรึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอหรือปรับปรุงการให้บริการอยู่ตลอดเวลา 7) มีการควบคุมและดูแลพัฒนาสถานประกอบการอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการตกแต่งร้านเพื่อสร้างบรรยากาศการผ่อนคลาย เช่น การเปลี่ยนการจัดดอกไม้ทุก ๆ สัปดาห์ และการจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ มาประดับร้าน

7) **ด้านกระบวนการ** เนื่องจากบริการหลัก ๆ ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการคือการนวดเพื่อการผ่อนคลาย และในส่วนของงานนวดจำเป็นที่ผู้นวดต้องมีความรู้และเข้าใจโครงสร้างของร่างกายในส่วนต่าง ๆ เป็นอย่างดี เพราะการนวดโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์อาจทำให้เกิดการบาดเจ็บได้ อาจทำให้การทำงานของกล้ามเนื้อ เคลื่อนไหวของข้อต่อ จะมีประสิทธิภาพลดลง ดังนั้นควรมีการวางแผนด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ดังนี้ 1) จัดให้มีการฝึกอบรมกับพนักงานบริการ โดยจ้างผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขา 2) เปิดหลักสูตรสอนวิธีการนวด 3) ทำการสำรวจตลาดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพมาให้บริการกับผู้บริโภคเพื่อเป็นการไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อ นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

4.2 ด้านการเงิน

1) **กลยุทธ์การลงทุนและโครงสร้างเงินทุน** ธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้ามีต้นทุนการผลิตที่สูงเช่นกัน ทำให้มีผลกำไรสุทธิคงเหลือไม่มากสำหรับการจัดสรรไว้เพื่อการลงทุนในการขยายกิจการ และ/หรือ การพัฒนาบริการ เพื่อกระจายความเสี่ยงทางร้านจึงควรพิจารณาจัดหาเงินทุนจาก 2 แหล่งทั้งจากภายในและภายนอก โดยจัดสรรเงินจากที่มีอยู่หรือการออกหุ้นสามัญ และการพิจารณากู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ควบคู่กัน

2) **กลยุทธ์สภาพคล่องทางการเงิน** ธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าควรพิจารณาถือเงินสดและเงินฝากธนาคาร รวมทั้งสินทรัพย์หมุนเวียนที่มีสภาพคล่องใกล้เคียงกับเงินสดในปริมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการในแต่ละวันและต่อการชำระหนี้ระยะสั้น กล่าวคือ ควรมีอัตราเงินทุนหมุนเวียนไม่น้อยกว่า 1 เท่า

3) **กลยุทธ์การสร้างผลกำไร** ธุรกิจนวดแผนไทยในห้างสรรพสินค้าควรเน้นกิจกรรมทางการตลาดที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้และการทดลองใช้บริการของกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้ทางร้านมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกันทางร้านควรควบคุมต้นทุนที่ไม่มีส่วนในการสร้างข้อได้เปรียบด้านความแตกต่างทำให้ทางร้านมีความสามารถในการสร้างผลกำไรได้สูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ผลិតภัณฑ์และบริการ เน้นการให้บริการที่แตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นทั้งในด้านพนักงานที่สุภาพ เรียบร้อย เป็นกันเองและเต็มใจให้บริการ และบริการการนัดหมายไทยอย่างมืออาชีพ ซึ่งช่วยสร้างความประทับใจอย่างมาก

2. ใช้กลยุทธ์ High Value ด้วยการกำหนดอัตราค่าบริการที่มีคุณค่าสูงในระดับปานกลาง ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ที่คุ้มค่าและเกิดความพึงพอใจ ทำให้มีความภักดีและแนะนำต่อคนรอบข้างแบบปากต่อปาก

3. ช่องทางจำหน่าย ขยายช่องทางในการติดตามข่าวสารผ่านเทคโนโลยี และพัฒนาระบบจอง

4. นำจุดเด่นและชื่อเสียงของการนัดหมายไทยสนับสนุนบริการและการดำเนินการผ่านการประชาสัมพันธ์ นำประโยชน์จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพหลายประเภทมาใช้

5. การอธิบายพนักงานนัดให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการมาใช้บริการต่าง ๆ ในการนัดหมายไทย เพื่อให้พนักงานนัดแต่ละคนมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำกับผู้บริโภคที่เข้ามาขอใช้บริการ

6. ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้เพื่อการบริการนั้นควรเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นหลัก ตลอดจนการเก็บรักษาที่ถูกต้องในส่วนของการบริการ ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพตลาด เพื่อที่จะนำเสนอการบริการที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. ควรมีการวางแผนด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา

8. ธุรกิจนัดหมายไทยในห้างสรรพสินค้ามีต้นทุนการผลิตที่สูงเช่นกัน ทำให้มีผลกำไรสุทธิคงเหลือไม่มากสำหรับการจัดสรรไว้เพื่อการลงทุนในการขยายกิจการ และ/หรือการพัฒนาบริการ เพื่อกระจายความเสี่ยงทางร้านจึงควรพิจารณาจัดหาเงินทุนจาก 2 แหล่งทั้งจากภายในและภายนอก โดยจัดสรรเงินจากที่มีอยู่หรือการออกหุ้นสามัญ และการพิจารณากู้เงินจากธนาคารพาณิชย์ควบคู่กันรวมทั้งสินทรัพย์หมุนเวียนที่มีสภาพคล่องใกล้เคียงกับเงินสดในปริมาณที่เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ

9. เน้นกิจกรรมทางการตลาดที่ช่วยส่งเสริมการรับรู้และการทดลองใช้บริการของกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้ทางร้านมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันทางร้านควรควบคุมต้นทุนที่ไม่มีส่วนในการสร้างข้อได้เปรียบด้านความแตกต่างทำให้ทางร้านมีความสามารถในการสร้างผลกำไรได้สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- ชติกา กิรติเจริญ และณัฐพงษ์ ฐิตติวงมล.(2563). *โครงการธุรกิจบริการ นวดแผนโบราณ SPK*. สาขาวิชาการตลาด.วิทยาลัยเทคโนโลยีอรรถวิทย์พัฒนชยการ.
- พรรณนภา หาญสุจินต์. (2564). *การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจร้านสไบนาง นวดเพื่อสุขภาพ*. หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วิโรจน์ สารรัตนะ. (2545). *การบริหาร หลักการ ทฤษฎี ประเด็นทางการศึกษาและบทวิเคราะห์ องค์การศึกษาไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: พิมพ์พิสูทธิ์.
- ศุภรางค์ จันทนวัลย์. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร*. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.