



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: กรณีศึกษาการนวดแผนไทย

Health Tourism Industry Development:

Case Study of Thai Massage.

โดย

ผศ. นาดฤดี มณีเนตร

อ. ณีฐกานต์ ณ ไพรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

.O.....
.B 12034552
.I 11/2556

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัย

โครงการพัฒนาศักยภาพและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ:

เขตจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

งบประมาณวิจัยประจำปีงบประมาณ 2549

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจบริการสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียงกำลังเจริญเติบโต ผู้วิจัยจึงศึกษาวิธีการที่จะทำให้ธุรกิจการนวดแผนไทยดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน โดยทำการสำรวจธุรกิจบริการสุขภาพจำนวน 40 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกต ตัวอย่างประชากรของการวิจัย จำนวน 940 คน ได้แก่ ผู้ใช้บริการการนวดแผนไทย ชาวไทย 427 คน ชาวต่างประเทศ 373 คน ผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการ 40 คน และพนักงานนวด 100 คน โดยได้ศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทย ตามองค์ประกอบในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพ พบว่า พนักงานประสบปัญหาเรื่อง การใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารและบริการลูกค้า เกินครึ่งของจำนวนพนักงานมีความต้องการเปลี่ยนงาน ส่วนผู้จัดการเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีกลยุทธ์ในการจัดการทางธุรกิจที่ดีโดยการใช้แนวคิดของการตลาดสมัยใหม่ซึ่งเน้นความสำคัญของพนักงาน และการฝึกอบรมภายในเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของการบริการ มีการรวมตัวกันจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกิจการ สำหรับในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่า ลูกค้าชาวไทยพึงพอใจในกิริยามารยาทของหมอนวด ส่วนลูกค้าชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจใน ความยิ้มแย้มแจ่มใส และการต้อนรับ ดูแล และเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งโดยสรุปของการศึกษาครั้งนี้ พบว่า

1. กิจการนวดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และหนองคาย มีการดำเนินการทางธุรกิจที่ค่อนข้างมีแบบแผน และได้มีการพัฒนาการบริหารจัดการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานสถานบริการตามประกาศกระทรวงฉบับใหม่ทั้งในด้านอุปกรณ์และอาคารสถานที่
2. ในภาพรวมของกิจการบริการสุขภาพที่มีบริการนวดแผนไทย มีสัดส่วนพนักงานที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรมาตรฐานร้อยละ 76 แต่เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ สถานประกอบการจึงควรปรับปรุงให้พนักงานทุกคนผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรมาตรฐาน
3. ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในการใช้บริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และหนองคาย โดยมีความพึงพอใจเป็นอย่างมากในด้านการต้อนรับ ดูแล เอาใจใส่ลูกค้า

ABSTRACT

Health care service business in Khon Kaen province and neighboring provinces is at the present growing up. I, the researcher about this, need to study how to let the business of Thai Classical Massage be sustainable, surveying 40 numbers of health care service businesses by use of questionnaires, interview, and observation. The sampling population used for this research were 940 persons included: Those who used the Thai classical massage were 427 Thai people, 373 foreigners, 40 managers or owners of the business, and 100 masseuses. The satisfactory study of Thai classical massage according to the factors of health care service promotion was found that the masseuses had got the foreign language problem for communication and customers service, and more than half of them needed to change their job. But for the managers, they were new generations, and had got strategies for good business management, using modern marketing idea emphasized on the employees' importance, and in-training to create the service identity. They had got together to establish the club of businessmen to strengthen their business. As for satisfaction of those who had got the service it was found that the Thai customers had got satisfaction in the masseuses' manner while foreign customers had got satisfaction in smiling, welcoming, taking care, and interest upon customers, it was in brief found that

1. Thai classical massage businesses in Khon Kaen, Udon Thani, and Nongkhai had been likely managed in systematic function, and their management had also made according to standard criteria of the service place being well formulated in both equipment and building according to the new rule of Public Health Ministry.

2. By overall view of health care service business with Thai classical massage, the Masseuses who had been trained according to the standard course were 76 percent, but to be confident and safety for those who come to get the service, the entrepreneurs should be improved, and let the masseuses get the training according to the standard course.

3. Those, who had got the service, were confident in health care service organized in Khon Kaen, Udon Thani, and Nongkhai, They felt satisfied a lot in welcoming, taking care, and interest upon the customers.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 สมมุติฐานการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.5 ผลสำเร็จที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 หน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	5
1.7 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด	
2.1 ความสำคัญของการนวดแผนไทย	7
2.2 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข	10
2.3 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	13
2.4 แนวคิดทฤษฎีด้านการบริหารและให้บริการธุรกิจ	14
2.5 การนวดแผนไทยกับธุรกิจสปา	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
3.2 เครื่องมือในการวิจัย	20
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	
4.1 ผลการศึกษาจากกลุ่มลูกค้า	23
4.2 ผลการศึกษาจากกลุ่มพนักงานนวด	37
4.3 ผลการศึกษาจากกลุ่มผู้จัดการ	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าชาวไทยและต่างประเทศ	67
ภาคผนวก ข. แบบสอบถามผู้จัดการ	81
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามพนักงานบริการ	86
ภาคผนวก ง. สถิติในการวิจัย	89

สารบัญตาราง

	หน้า
ตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาจากกลุ่มลูกค้า	
ตารางที่ 4.1.1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคล	23
ตารางที่ 4.1.2 ภูมิภาคที่อยู่อาศัยของลูกค้าชาวไทย (สูงสุด 6 อันดับแรก)	24
ตารางที่ 4.1.3 สัญชาติของลูกค้าชาวต่างประเทศ	24
ตารางที่ 4.1.4 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น หรือ อุรธานี หรือ หนองคาย	25
ตารางที่ 4.1.5 ปัญหาด้านสุขภาพที่จำเป็นต้องเสาะแสวงหาการนวดเพื่อรักษาและความถี่ ในการใช้บริการนวดแผนไทย	25
ตารางที่ 4.1.6 วิธีการเลือกสถานที่ และช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทย	26
ตารางที่ 4.1.7 ค่าใช้จ่ายในการรับบริการนวด	27
ตารางที่ 4.1.8 ประสบการณ์ในการใช้บริการนวดแบบต่าง ๆ	28
ตารางที่ 4.1.9 การใช้บริการอื่น ๆ และการใช้เวลารับบริการต่อครั้ง	28-29
ตารางที่ 4.1.10 การคัดกรองประวัติลูกค้าและการประสบปัญหา	29-30
ตารางที่ 4.1.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งสำคัญที่สุดคือธุรกิจการนวดแผนไทย	30
ตารางที่ 4.1.12 เหตุผลในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย	31
ตารางที่ 4.1.13 ความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทย	32-33
ตารางที่ 4.1.14 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าชาวไทย	34-35
ตารางที่ 4.1.15 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าชาวต่างประเทศ	36
ตอนที่ 4.2 ผลการศึกษาจากกลุ่มพนักงานนวด	
ตารางที่ 4.2.1 เพศและอายุ	37
ตารางที่ 4.2.2 ระดับการศึกษา	38
ตารางที่ 4.2.3 รายได้พนักงาน	38
ตารางที่ 4.2.4 ภูมิลำเนา	39
ตารางที่ 4.2.5 อายุการทำงานและประสบการณ์ทำงาน	39
ตารางที่ 4.2.6 ประสบการณ์ก่อนหน้า	40
ตารางที่ 4.2.7 การผ่านการอบรม	40
ตารางที่ 4.2.8 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและสภาพการทำงาน	41-42
ตารางที่ 4.2.9 สวัสดิการที่ได้รับ	43
ตารางที่ 4.2.10 ความต้องการสวัสดิการเพิ่ม	43
ตารางที่ 4.2.11 เหตุผลที่ยังทำงานในกิจการนี้	44
ตารางที่ 4.2.12 ประสบการณ์ในการทำงานผิดพลาด	45
ตารางที่ 4.2.13 ความพอใจในอาชีพและลักษณะงานที่ต้องการเลือกทำ	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 4.3 ผลการศึกษาจากกลุ่มผู้จัดการ	
ตารางที่ 4.3.1 เพศและอายุของผู้จัดการ	47
ตารางที่ 4.3.2 รายได้ของผู้จัดการ	48
ตารางที่ 4.3.3 ระดับการศึกษา	48
ตารางที่ 4.3.4 อายุการทำงานในขอนแก่น หรือ อุดรธานี หรือ หนองคาย และประสบการณ์ในการทำงาน	49
ตารางที่ 4.3.5 การจัดบริการ	50
ตารางที่ 4.3.6 ความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง	50
ตารางที่ 4.3.7 ผลกระทบจากจำนวนกิจการเพิ่ม	51
ตารางที่ 4.3.8 กลยุทธ์ในการปรับตัวทางธุรกิจ	52
ตารางที่ 4.3.9 กลยุทธ์ในการรักษามาตรฐานพนักงาน	52
ตารางที่ 4.3.10 การปฏิบัติตามกฎหมาย	53

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั่วโลก ในช่วงห้าทศวรรษที่ผ่านมา จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทั่วโลกมาโดยตลอด ดังที่ Alan Flook เลขาธิการสหพันธ์ผู้ประกอบการธุรกิจทัวร์นานาชาติ (The International Federation of Tour Operators หรือ IFTO) ได้กล่าวในการประชุมเรื่องการบริการด้านการท่องเที่ยว ณ กรุงเจนีวา ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ระหว่างวันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 ว่าการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็วนั้นเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ของนักท่องเที่ยว และการลดลงของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว¹ นอกจากนี้ประชาคมโลกไม่ว่าจะเป็น Worldbank, WTO, ADB, APEC², AFTA³ และอื่นๆ ต่างให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ การจ้างงาน การกระจายรายได้ให้แก่ประเทศ ประชาชน และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวมาโดยตลอด จะเห็นได้จากการจัดลำดับสถานที่ ที่มีนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวมากที่สุดของโลกโดย World Tourism Organization ในปี 2544 ปรากฏว่า ประเทศฝรั่งเศสมีนักท่องเที่ยวเข้าประเทศมากที่สุดถึงปีละ 74 ล้านคน ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้าประเทศมากเป็นลำดับที่ 20⁴ ของโลก และเป็นลำดับที่ 4⁵ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก⁵

และจากการประชุม ACD เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2546 ณ จังหวัดเชียงใหม่ รัฐบาลยุคพลเอก นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้มีนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งว่า จะสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องของทุก ๆ ด้านเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งหนึ่งในกิจกรรมของการท่องเที่ยวที่ให้บริการเชิงสุขภาพ ได้แก่ การนวดแผน

¹ Alan Flook, "The Changing Structure of International Trade Services: the Tour Operators Perspectives" WTO Services: symposium on Tourism Services. Geneva 22-23 February 2001.

² WWW.apccsec.org.sg/whatsnew/announce/tourismMinStatwment2000.html

³ ASEAN Secretariat "Liberalization of Trade in Services" AFTA Reader Volume V The Sixth ASEAN Summit and Th. Acceleration of AFTA, 1998, pages 74-83.

⁴ Walailak Noypayak, 2001. "Thailand : Experiences in Trade Negotiations in the Tourism Sector" [Papers] at the World Trade Organization's Tourism Symposium, Geneva 22-23 February) Available from: www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/thailand.doc

⁵ News from the World Tourism Organization, Available from: www.worldtourism.org

ไทย ซึ่งเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยสามารถสังเกตได้จากจำนวนผู้ให้บริการ ซึ่งเรียกตนเองว่า “หมอนวด” มีจำนวนมากขึ้นทุกปี ซึ่งการรุดนั้นได้พัฒนามาจากการนำภูมิปัญญาชาวบ้านผสมผสานกับศิลปะการนวดของไทย มาใช้ในการหารายได้พิเศษจากนักท่องเที่ยวและต่อมาก็ยึดอาชีพนี้ เพราะมีรายได้ที่ค่อนข้างดี และไม่ต้องมีอุปกรณ์พิเศษมากมายในการประกอบอาชีพและยังเกิดการพัฒนาเป็นธุรกิจการนวดขึ้น โดยมีลักษณะเป็นธุรกิจบริการที่รวบรวม “หมอนวด” และมีสถานที่หรือ “เตียงนวด” ไว้ให้มีจำนวนมากพอสำหรับการบริการ กิจการเหล่านี้สร้างรายได้อย่างมากต่อเจ้าของกิจการ แต่ในทางกลับกันด้วยจำนวนของ “หมอนวด” และกิจการที่กำลังเกิดขึ้นอย่างมากมายและต่อเนื่อง โดยแทบจะเรียกว่า ขาดการควบคุมมาตรฐานบริการ

กระทรวงสาธารณสุขได้เล็งเห็นความสำคัญของการแพทย์แผนไทย ซึ่งมีการนวดแผนไทย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ได้สนับสนุนฟื้นฟูการนวดโดยการพัฒนาหลักสูตรการนวดแผนไทย (300 ชั่วโมง) มาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2541 ซึ่งนับถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2545 มีผู้ผ่านการฝึกอบรมประมาณ 8,588 คน (สถาบันการแพทย์แผนไทย, 2545) หลักสูตรดังกล่าวถือเป็นหลักสูตรที่กำหนด โดยกระทรวงสาธารณสุขซึ่งมุ่งหวังให้มีแบบแผนการฝึกที่เหมือนกันทั่วประเทศ แต่ก็ยังไม่มีการรับรองมาตรฐานอย่างเป็นทางการและประสบปัญหามากมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องใบประกอบโรคศิลปะ (ศศิมา คำรงสุกิจ, 2545: 2) ซึ่งหลักสูตรและวิธีการนวดที่กำลังดำเนินการนี้ ยังคงเป็นเรื่อง “ศาสตร์” แห่งการนวดแผนไทย แต่วิธีการจัดการทางธุรกิจการนวด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นต่อหมอนวดอย่างมากที่จะต้องนำความรู้ที่ได้รับไปจัดดำเนินงานให้เกิดเป็นธุรกิจที่สามารถทำให้เกิดความสำเร็จทางธุรกิจได้ ยังไม่มีการศึกษาอย่างชัดเจน

การนวดแผนไทยมีความแตกต่างจากวิธีการนวดของชาวตะวันตกโดยที่ชาติตะวันตกจะมุ่งเน้นการคลายกล้ามเนื้อตามหลักสรีรวิทยา ซึ่งเป็นเรื่องรอง ๆ ของการนวดแผนไทย แต่วิธีการนวดแผนไทยนั้น จุดและเส้นสำคัญบนร่างกายตามตำรา จะถูกกดและยืดเพื่อให้เกิดการไหลเวียนอย่างสะดวกของโลหิตและพลังงาน ซึ่งอาจเรียกว่า “พลังชีวิต” รวมถึงการปรับสมดุลทั่วร่างกาย การนวดแผนไทยนี้จะแผ่และ สอดแทรกความนิ่มนวลและศิลปะ ตามเอกลักษณ์วัฒนธรรมประเพณีไทย ซึ่งผู้นวดจะมีความละเอียดละมุน มีวิธีการอย่างเหมาะสมตามหลักวิชา ตามประสบการณ์ที่ได้รับการฝึกฝนและเรียนรู้มา โดยมุ่งหมายที่จะเป็นการคลายเส้นสายตามแบบแผนหลักวิชานวดแผนไทย คือเส้นประธานทั้งสิบเส้น ซึ่งแต่ละเส้นนั้นจะมีหน้าที่ไปหล่อเลี้ยงร่างกายในส่วนที่แตกต่างกัน ถ้าเส้นใดเกิดบกพร่องหรืออุดตัน จะทำให้พลังชีวิตไหลเวียนไม่สะดวก อวัยวะส่วนที่อยู่ในเส้นทางนั้นจะเกิดการเจ็บป่วยได้เพราะ ได้รับพลังชีวิตไม่เพียงพอ แต่ถ้าได้รับการแก้ไขให้เส้นทางเดินปลอดโปร่ง โล่งสบายได้ พลังชีวิตก็จะไหลเวียนได้เต็มที่เหมือนเดิม อาการของโรคภัยไข้เจ็บก็จะทุเลาลงได้

⁶ แปลจาก “Traditional Thai Massage: How is it different from Western massage” Thailand Spa and Health Centers GuideBook 2002. หน้า 30.

การนวดแผนไทยถือเป็นศาสตร์แห่งการถ่ายทอดความรัก และความปรารถนาดีชนิดหนึ่ง สัมผัสที่ผู้นวดและผู้ถูกนวดได้รับ จะแสดงออกถึงความเมตตาโดยส่งพลังของผู้นวดผ่านฝ่ามือลงไป ทำให้ผู้ถูกนวดรับรู้ได้ถึงความอ่อนโยนแต่มั่นคงของสัมผัสนั้น การนวดแผนไทยเป็นกิจกรรมเพื่อการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วย และเป็นกระบวนการดูแลสุขภาพ (เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ, 2545:4) จึงไม่แปลกเลยที่การนวดแผนไทยได้สร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ทำให้กิจกรรมการนวดแผนไทยได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะชาวยุโรปและอเมริกาให้ความสนใจกันมากโดยจะถูกใช้เป็นตัวสินค้าในการดึงดูดลูกค้าของธุรกิจสปาและธุรกิจศูนย์สุขภาพ ซึ่งการเจริญเติบโตของธุรกิจ หากไม่มีการจัดระบบแบบแผนที่ดี จะทำให้ธุรกิจชนิดนั้นไม่สามารถพัฒนาไปสู่ระดับที่สูงสุดและยั่งยืนได้

คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา วิธีการที่จะดำรงธุรกิจการนวดแผนไทยให้สามารถดำเนินไปได้อย่างรุ่งเรืองและยั่งยืน ซึ่งสามารถเป็นกิจกรรมที่สำคัญในกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long-stay) ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง โดยมุ่งเน้นการบริการสุขภาพ (Long-stay health care) เป็นจุดขายที่สำคัญอันเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ที่ต้องการให้เพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศปีละ 50,000ล้านบาท เพราะประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบประเทศอื่นหลายประการ เช่น ค่าครองชีพ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมของการบริการ เป็นต้น และที่สำคัญในเรื่องนี้คือ ความได้เปรียบทางด้านความพร้อมของโรงพยาบาลและทางด้านบริการสุขภาพแนวใหม่ที่ผสมผสานระหว่างการแพทย์แผนไทยและการแพทย์แผนปัจจุบัน (กระแสดรสมรณ, 2544: 2) ซึ่งสอดคล้องกับการที่นายเกริกไกร จิระแพทย์ ปลัดกระทรวงพาณิชย์ ได้ให้สัมภาษณ์พิเศษกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่าด้านกลยุทธ์การตลาดและการส่งออกควรสร้างการนวดแผนโบราณให้เป็นสินค้าตัวใหม่ของไทย(29 กรกฎาคม พ.ศ. 2544) รวมถึงนายอมรศักดิ์ พิมลมนนชัย ที่ปรึกษาระดับ 10 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความเห็นว่า “กลุ่มนักท่องเที่ยวอายุมากๆ มีความต้องการมาเมืองไทยแตกต่างกัน บางคนมาเพื่อรักษาสุขภาพ มานวดแผนโบราณไทย มาสูดอากาศดีๆ ริมทะเล...” (ไทยรัฐ, 20 พ.ค. 45: 5) จึงไม่แปลกเลยที่กิจกรรมการนวดแผนไทยยังมีให้เห็นในแหล่งท่องเที่ยวของไทย

ธุรกิจการนวดแผนไทยในปัจจุบัน หากพิจารณาความเป็นมาตรฐานการจัดการทางธุรกิจ ถ้ากำหนดอย่างหยาบ ๆ สามารถจัดความเป็นมาตรฐานอย่างน้อย 2 ประการ คือ ทางด้านบุคลากรและทางด้านสถานที่ ทางด้านบุคลากรสามารถพิจารณาได้จากความเชี่ยวชาญความรู้ความสามารถของ ผู้ประกอบการ ผู้ดำเนินกิจการและหมอนวด ซึ่งจำเป็นต้องผ่านการอบรมเกี่ยวกับการนวดตามหลักวิชาตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข ในเรื่องหมอนวดนี้บางแห่งได้เริ่มดำเนินการ คือจะใช้ผู้ที่สำเร็จการศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา⁷ ซึ่งจะมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับกายวิภาค และ

⁷ แปลจาก “Traditional Thai Massage: How is it different form Western massage” Thailand Spa and Health Centers GuideBook 2002. หน้า 28.

เสรีวิทยาของมนุษย์ ซึ่งหมายถึงกล้ำเนื้อ ข้อต่อและระบบประสาทต่างๆ ซึ่งได้เอื้อประโยชน์อย่างมาก ต่อสาขาอาชีพนี้ ส่วนในด้านสถานที่นั้นหมายถึง การจัดสถานที่ให้ถูกสุขลักษณะและอนามัย ต้องจัดให้เกิดความปลอดภัยในการใช้บริการ โดยถ้ามีบริการเสริมเกี่ยวกับการอบไอน้ำ อบตัว อบสมุนไพร มีหม้อ ความดัน ก็ต้องมีช่างเทคนิคที่ผ่านอบรมเฉพาะสาขาดูแลตลอดเวลา⁸

แม้ว่าการนวดแผนไทยเป็นกิจกรรมทางสุขภาพที่ดึงดูดรายได้จากนักท่องเที่ยว แต่การนวด เป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ⁹ และจากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่ายังคงมีความ กังวลและไม่มั่นใจอยู่บ้างในเรื่องเกี่ยวกับสุขลักษณะของบ้านเมืองและสถานบริการดังนั้นการศึกษาเพื่อ รับฟังสภาพปัญหาการจัดการ และการดำเนินการกิจการนวดทั้งจากที่ได้จัดตั้งเป็นกิจการ และจาก หมอนวด รวมถึงนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องที่จะต้องดำเนินการในส่วนต่าง ๆ ได้รับทราบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและวางแผนปฏิบัติการเพื่อความชัดเจน และแก้ไขปัญหาได้อย่าง ถูกต้อง คณะผู้วิจัยจึง สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยรูปแบบมาตรฐานในการดำเนินกิจการประเภทนี้ ใน เขตจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย เพราะเป็นจังหวัดหลักของภาคอีสานที่มี เม็ดเงินหมุนเวียนเกี่ยวกับ ธุรกิจการท่องเที่ยวอยู่จำนวนมาก และเพื่อให้สามารถเป็นสถานบริการมี มาตรฐานและคุณภาพให้ผู้ให้บริการเกิดความปลอดภัย รู้สึกถึงคุณภาพของการบริการ ประสิทธิภาพ ของพนักงาน ความประทับใจแก่ ผู้ใช้บริการรวมถึงเพื่อสะดวกต่อส่วนราชการในการควบคุมดูแล และ เป็นจุดร่วมในการประสานกันทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการให้อนุญาต การควบคุมดูแล การ ตรวจสอบ การประกอบกิจการและ การรักษามาตรฐานให้ยั่งยืนและยังสร้างแรงผลักดันให้การนวดแผน ไทยซึ่งดำรงอยู่มาเนิ่นนานสามารถยกระดับสู่การเป็นสินค้าในตลาดโลก โดยคณะผู้วิจัยคาดหวังว่าใน อนาคต อาจจะมีข้อความเชิญชวน นักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อให้มาใช้บริการ “การนวดแผนไทย” ซึ่งเป็นมรดกและเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาของคนไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศาสนาการณการบริหารจัดการธุรกิจการนวดแผนไทย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการนวดแผนไทยอันจะนำไปสู่การออก ระเบียบแบบแผนหรือนโยบายในการบริหารจัดการกิจการนวดแผนไทย
3. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการบริการของลูกค้าในธุรกิจการนวดแผนไทย
4. เพื่อศึกษาการตอบรับวิธีการนวดแผนไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

⁸ ประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ 12/2542 เรื่องกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 20 ธันวาคม 2542

⁹ โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องการสาธารณสุขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต วันที่ 5-7 ตุลาคม 2544

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. กิจกรรมการนวดแผนไทยที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน ยังไม่มีรูปแบบการจัดการทางธุรกิจที่เป็นแบบแผนอย่างชัดเจน ทั้งทางด้านเครื่องมือ อุปกรณ์และบุคลากร
2. กิจกรรมนวดแผนไทยแต่ละแห่งยังไม่มีเกณฑ์มาตรฐานทางด้านฝีมือหมอนวดไทย
3. ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยยังไม่มี ความมั่นใจในการรับบริการ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

เป็นการศึกษาเฉพาะ ในเขตจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

1.5 ผลสำเร็จที่คาดว่าจะได้รับ

ผลผลิต

1. แผนการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยของจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง
2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการจัดทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดขอนแก่น

ผลลัพธ์

1. เป็นกรณีตัวอย่างในการจัดทำฐานข้อมูลในลักษณะคล้ายกันของจังหวัดอื่นๆ

1.6 หน่วยงานที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จังหวัดขอนแก่น
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ศูนย์วิจัยเฉพาะทางการท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น
4. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

1.7 นิยามศัพท์

ธุรกิจการนวดแผนไทย หมายถึง กิจกรรมบริการสุขภาพที่มีบริการนวดแผนไทยเป็นบริการที่สำคัญ ซึ่งครอบคลุมสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยที่ใช้ในการประกอบกิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ หรือกิจกรรมนวดเพื่อเสริมสวย ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 โดย

1. กิจการนวดแผนไทย¹ หมายถึง กิจการนวดเพื่อสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลาย กล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การตัด การประคบ หรือ โดยวิธีอื่นใด ตามศาสตร์หรือศิลปะของการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้ โดยไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

2. กิจการนวดเพื่อเสริมสวย¹ หมายถึง กิจการนวดในสถานที่เฉพาะ เช่น ร้านเสริมสวยหรือ แต่งผม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความงาม ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การตัด การประคบ การอบ หรือโดยวิธีอื่นใด ตามศาสตร์หรือศิลปะของการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้ โดยไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

3. กิจการสปา¹ หมายถึง กิจการสปาเพื่อสุขภาพ โดยมีบริการหลัก คือการนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ ซึ่งอาจมีบริการเสริม เช่น การอบไอน้ำ การออกกำลังกาย โภชนบำบัด โยคะ การทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆหรือไม่ก็ได้

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ² (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวสวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมต่างๆทางสุขภาพ โดยแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

4.1 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการ ทำกิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนวดแผนไทย การอบ ประคบสมุนไพร การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน (Spa) การใช้วิธีสูดดมบำบัด (Aromatherapy) การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกสมาธิ ฯลฯ เป็นต้น

4.2 การท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟูสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการ ทำกิจกรรมที่มุ่ง ประโยชน์เพื่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพเป็นหลัก เช่น ตรวจร่างกาย และรักษาโรค ทำฟันและรักษาสุขภาพ ฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ เป็นต้น

¹ คัดแปลงจาก “ร่างประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของ สถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับ สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2547” สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต

² ปัทมา ดันดิเวชกุล “โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ” จุลสารการท่องเที่ยว. 22 (เมษายน - มิถุนายน 2546) หน้า 49.

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

2.1 ความสำคัญของการนวดแผนไทย

ปัจจุบันระบบการแพทย์ทางเลือกกำลังได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาด้านอันตรายจากการใช้ยาเกินความจำเป็น มีการใช้ยาซ้ำซ้อนกันในการบำบัดรักษาโรคของระบบการแพทย์แผนปัจจุบัน สำหรับประเทศไทย การแพทย์แผนไทยซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีวิวัฒนาการสืบทอดมาแต่สมัยสุโขทัย (นิติگانต์ สุทิน, 2546: 118) กำลังได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนใช้เป็นหนทางหนึ่งของการบำบัดรักษา ทำให้กระแสนิยมการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติสูงขึ้น ซึ่งประกอบด้วย การนวด การประคบ และการใช้ยาสมุนไพร ซึ่งกระแสดังกล่าวไม่ได้มีเพียงประเทศไทยเท่านั้น ในต่างประเทศก็มีการตื่นตัวในการใช้การนวดแผนไทยมากขึ้น เช่น ในสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเยอรมัน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการนวดแผนไทยเป็นหนึ่งในบริการที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่อง

การนวดแผนไทยถือเป็นศาสตร์แห่งการถ่ายทอดความรักและความปรารถนาดีอย่างหนึ่ง สัมผัสที่ผู้นวดและผู้ถูกนวดได้รับ จะแสดงออกถึงความเมตตา โดยส่งพลังของผู้นวดผ่านฝ่ามือลงไป ทำให้ผู้ถูกนวดได้รับรู้ถึงความอ่อนโยนแต่มั่นคงของสัมผัสนั้นโดยใช้การบีบ นวด เฝ็น ไปบนตำแหน่งต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งแตกต่างจากวิธีการนวดของชาวตะวันตก (กัญจนา คีวิเศษ, 2542 : 172-173) โดยที่ชาวตะวันตกจะมุ่งเน้นการคลายกล้ามเนื้อตามหลักสรีรวิทยา แต่วิธีการนวดแผนไทยนั้น จุดและเส้นสำคัญบนร่างกายตามตำราจะถูกดและบีบ เพื่อให้เกิดการไหลเวียนอย่างสะดวกของโลหิตและพลังงาน ซึ่งอาจเรียกว่า “พลังชีวิต” รวมถึงการปรับสมดุลทั่วร่างกาย (Tomseth, 2002: 30) ซึ่งผู้นวดจะมีความละเอียดละมุน มีวิธีการอย่างเหมาะสมตามหลักวิชา ตามประสบการณ์ที่ได้รับการฝึกฝนและเรียนรู้มา โดยมุ่งหมายที่จะเป็นการคลายเส้นสายตามแบบแผนหลักวิชานวดแผนไทย คือเส้นประธานทั้งสิบเส้น ซึ่งแต่ละเส้นจะมีหน้าที่ ไปหล่อเลี้ยงร่างกายในส่วนที่แตกต่างกัน และประสานไปทั่วเรือนร่างประมาณ 72,000 เส้น (Jotisalikom, 2002: 58) ถ้าเส้นใดเกิดบัพหรืออุดตัน จะทำให้พลังชีวิตไหลเวียนไม่สะดวก อวัยวะส่วนที่อยู่ในเส้นทางนั้นก็เกิดการเจ็บป่วยได้ เพราะได้รับพลังชีวิตไม่พอ แต่ถ้าได้รับการแก้ไขให้เส้นทางเดินปลอดโปร่งโล่งสบายได้ พลังชีวิตก็จะไหลเวียนได้เต็มที่เหมือนเดิม อาการของโรคภัยไข้เจ็บก็จะทุเลาลงได้

การนวดแผนไทยเป็นทั้งกิจกรรมเพื่อการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วย และเป็นกระบวนการดูแลสุขภาพ (เพ็ญญา ทรัพย์เจริญ, 2545: 4) จึงไม่แปลกใจเลยที่การนวดแผนไทยได้สร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยธุรกิจนวดแผนไทย มีจุดขายสำคัญที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้ใช้บริการ คือ บรรเทาความเครียด ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการเจ็บปวดของโรคบางชนิดได้โดยไม่ต้องพึ่งยา ช่วยปรับสมดุลของโครงสร้างของร่างกาย ส่งเสริมสุขภาพ ความงามของ

ผิวพรรณ ด้วยการนวดกระตุ้นให้โลหิตไหลเวียนดี เป็นภูมิปัญญาที่ใช้ธรรมชาติบำบัด จึงไม่ต้องเสี่ยงต่อการแพ้ยา หรือมีผลข้างเคียงจากการใช้ยา และยังเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับร่างกาย โดยอาศัยท่าฤๅษี คัดคนในการนวด (Jotisalikorn, 2002: 60)

วัดโพธิ์เป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงในด้านการนวดแผนโบราณ โดยเป็นทั้งสถานที่รวบรวมความรู้ เป็นแหล่งฝึกอบรมผู้ให้บริการนวดแผนไทย รวมทั้งให้บริการนวดแผนไทยด้วย จากการวิจัยของ วิทยาลัยการสาธารณสุข (2542: 161-164) พบว่า ในแต่ละวันวัดโพธิ์จะมีรายได้จากการให้บริการนวด แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศเพียงอย่างเดียวถึงวันละประมาณ 25,000 – 34,000 บาท

ด้วยกระแสนิยมในการดูแลสุขภาพ และความตื่นตัวในการสรรหาวิธีธรรมชาติมาใช้เป็น กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างการดำรงชีวิตให้มีอายุยืนยาวขึ้นทำให้เกิดธุรกิจบริการนวดแผนไทยอย่างรวดเร็ว และความต้องการแรงงานที่มีคุณภาพในด้านนี้ค่อนข้างขาดแคลน ทำให้หน่วยงานภาครัฐหลายฝ่ายได้ สนใจเข้าร่วมดำเนินการในแนวทางต่างๆ อาทิ เช่น

1. กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข (2545) ได้ดำเนินการ ให้มีมาตรฐานนวดไทยเพื่อสุขภาพ จัดเป็น 3 ระดับ โดยร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวง แรงงาน กำหนดให้ผู้นวดต้องผ่านการอบรม 332 ชั่วโมง จึงจะสามารถไปทำงานในสถานบริการทั่วไป ที่ขออนุญาตจากกระทรวงมหาดไทยได้ ระดับที่ 2 เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น จะสามารถรักษาได้ 10 โรค ผู้เรียนต้องผ่านการอบรมมากขึ้นตั้งแต่ 300-800 ชั่วโมง ทำให้ปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค มากขึ้น สุดท้ายคือระดับผู้เชี่ยวชาญ สามารถรักษาอาการเจ็บป่วยได้ 35 โรคขึ้นไป ผู้นวดต้องมี ประสบการณ์สูงและผ่านการเรียนประมาณ 800-1,200 ชั่วโมง และดำเนินการเกี่ยวกับมาตรฐานฝีมือ แรงงานของผู้ทำงานด้านบริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อผลิตบุคลากรที่ได้มาตรฐานไปทำงานในศูนย์สุขภาพ ต่าง ๆ ในประเทศ และยังสามารถส่งออกแรงงานมาตรฐานเหล่านี้ไปสู่ต่างประเทศ ซึ่งกำลังมีความ ต้องการอย่างสูงทั่วโลก แต่ความจำเป็นในเรื่องการปรับรูปแบบและเงื่อนไขให้สอดคล้องกับข้อกำหนด และกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ ต้องดำเนินการให้รัดกุมและถูกต้อง (เพ็ญญา ทรัพย์เจริญ, 2545: 57) นอกจากนี้ ยังมีหลักสูตรอื่นๆอีก เช่น การนวดเท้าเพื่อสุขภาพ 80 ชั่วโมง การนวดเท้าสำหรับผู้พิการ ทางสายตา 80 ชั่วโมง การนวดแผนไทยสำหรับผู้พิการทาง สายตา 1,200 ชั่วโมง การนวดเพื่อสุขภาพ 150 ชั่วโมง การนวดแผนไทย 372 ชั่วโมง การนวดแผนไทย 800 ชั่วโมง และการนวดไทยสำหรับ แพทย์ 65 ชั่วโมง

2. ในด้านกฎหมาย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ได้เป็นต้นเรื่องใน การจัดทำร่างประกาศกระทรวงเรื่อง “กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับ สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 5 พ.ศ. 2547” และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2547 เป็นต้นมา โดยระหว่างรอการลงนามใน ประกาศดังกล่าวนี้ ก็ได้จัดประชุมแสดงความคิดเห็น เพื่อนำเสนอข้อมูลและประมวลข้อคิดเห็น

เกี่ยวกับการออกประกาศดังกล่าวตามขั้นตอนและกระบวนการทางกฎหมาย เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2546 ณ โรงแรมรอยัลภูเก็ต ซิตี้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นมาตรการตามกฎหมายที่มีผลในการรับรองมาตรฐานกิจการสปา เพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อเสริมสวย และได้ประชุม “เจ้าหน้าที่ภาครัฐในการเตรียมการรองรับมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ” เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2547 ณ โรงแรมภูเก็ตเมอร์ลิน

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มอบหมายให้ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ทำการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในที่พักแรม” (พหิตดา 2546: 48-53) โดยมุ่งศึกษา 5 ประเด็นหลัก คือ ด้านการจัดรูปแบบบริการ การจัดกิจกรรม การจัดสถานที่ บุคลากร และระบบบริหารจัดการ ซึ่งขณะนี้ยังไม่แล้วเสร็จสมบูรณ์

4. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสปาไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สปาเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และกระตุ้นให้ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ISPA Asia Pacific Exhibition การจัดแสดงสินค้าสุขภาพและความงาม (Thailand Health & Beauty Show) ต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี รวมทั้งการทำ Road Show ในประเทศต่าง ๆ เช่น ที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2546 ซึ่งทำให้ต่างชาติได้รับรู้ถึงภูมิปัญญาไทยแท้ ๆ อันจะส่งผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือ และการขยายตลาดอาชีพจากภูมิปัญญาไทย และช่วยให้แรงงานไทยในสาขาอาชีพบริการเหล่านี้ มีโอกาสทำงานในประเทศเหล่านี้มากขึ้น ขณะเดียวกัน ยังเน้นส่งเสริมให้มีการขยายธุรกิจสปาไทยในต่างประเทศในรูปแบบแฟรนไชส์ ซึ่งจะสามารถสร้างการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นระบบ นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ได้วางนโยบายหลัก ตั้งเป้าการขยายฐานธุรกิจบริการไปยังตลาดต่างประเทศ โดยให้ทูตพาณิชย์ประจำประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกใช้เวทียุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศเปิดเจรจาธุรกิจบริการในทุกเวที และยังได้ริเริ่มโครงการไทยแลนด์มาร์เก็ตเพลส (Thailand Market Place) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการพัฒนาคาดจัดจำหน่าย ส่งเสริมสินค้าและบริการ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ แนวทางการส่งเสริมจะเลือกสินค้าและบริการที่ดีที่สุดของแต่ละประเภท นำมาสร้างแบรนด์ให้ตลาดยอมรับสินค้าไทย และล่าสุด กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้จัดทำสปาด้านแบบ เพื่อให้ธุรกิจสปาที่มีมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งสปาด้านแบบนี้มีลักษณะเป็นคู่มือการทำธุรกิจสปาออกเผยแพร่ทางเว็บไซต์ www.depthai.go.th เพื่อนำเสนอแนวทางการทำธุรกิจสปาให้กับนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศพร้อมกันนี้ยังเปิดโอกาสให้กับผู้ที่ทำธุรกิจสปาอยู่แล้วสามารถนำคู่มือดังกล่าว ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ โดยสปาด้านแบบมี 3 รูปแบบ คือ ราชาวดี ลีลาวดี และหัตถยาสปา ซึ่งในแต่ละแบบ มีรายละเอียด ลักษณะหน้าตาของสปาในมุมมองที่ต่างกัน แผนธุรกิจ ต้นทุนการตกแต่งภายใน งบประมาณการทำการตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์ก่อนเปิดให้บริการ แผนกำลังการให้บริการ (คล้าย ๆ แผนการผลิต) ค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนและกำลังคน งบประมาณการผลกำไรและขาดทุน รวมไปถึงโครงสร้างองค์กร

สำหรับสปาในรูปแบบราชาวดี เป็นสปาขนาดใหญ่ พื้นที่ 571 ตารางเมตร งบลงทุนราว 12 ล้านบาท รูปแบบที่สอง ลีลาวดี เป็นสปานขนาดกลาง มีพื้นที่ 277 ตารางเมตร งบลงทุน 7.9 ล้านบาท และ

แบบที่สาม หัตถยาสภา สภาขนาดเล็ก พื้นที่ 160 ตารางเมตร งบประมาณประมาณ 5 ล้านบาท (มติชน, 1 มิถุนายน 2547: 20)

5. สถาบันการศึกษาที่มีความพร้อมได้ดำเนินการจัดทำหลักสูตรระดับปริญญาตรี เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ในสาขาเหล่านี้ได้ออกสู่ตลาดงานและสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจประเภทนี้ อาทิ เช่น คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล² ในสาขาเวชกรรมแผนไทย เกษัตริกรรมแผนไทย หัตถเวชหรือนวดแผนไทย ส่วนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ดำเนินการทั้งในด้านการหลักสูตร แพทย์แผนไทย และการเตรียมจัดตั้งสถาบันเพื่อให้ความรู้ในเรื่องสภา สำหรับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ได้เสนอร่างหลักสูตรใหม่ สาขาการจัดการสภา เข้าสู่สภาวิชาการของมหาวิทยาลัยแล้ว โดยคาดว่าจะสามารถดำเนินการรับนักศึกษารุ่นแรกได้ในปี 2549

นับว่าการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการส่งเสริม และกระตุ้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความก้าวหน้า สามารถสร้างรายได้และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาวะปัจจุบันที่ภาคการส่งออกมีความไม่แน่นอนสูง เนื่องจากต้องขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ประกอบกับเหตุการณ์ก่อการร้ายที่อาจจะยังมีอยู่ ทำให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การท่องเที่ยวคงความเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่จะส่งเสริมรายได้ และกระตุ้นเศรษฐกิจต่อไป

2.2 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง “กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509”

การออกประกาศกระทรวงฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย โดย “มาตรฐาน” ของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จะเป็น “ปัจจัย” ในการกำหนดอนาคตธุรกิจเพื่อสุขภาพโดยรวม สำหรับการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ซึ่งมีรายละเอียดทั้งหมด 21 หน้ากระดาษ โดยสรุป มีสาระสำคัญดังนี้

1. มีการแก้ไขบทนิยามคำว่า “สถานบริการ” รวมทั้งเพิ่มบทนิยามคำว่า “ความผิดเกี่ยวกับยาเสพติด” เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการบังคับใช้กฎหมาย
2. สถานบริการตามมาตรา 3(1) เปลี่ยนคำว่า “หญิงพาร์ตเนอร์” เป็น “คู่บริการ” และเพิ่มคำว่า “เป็นปกติธุระ” เพื่อตัดกิจการที่ตัดเป็นครั้งคราวออกจากกฎหมายสถานบริการ เช่น เทรคเคลื่อนที่ หรือการจัดการเต็นท์ที่มีลักษณะชั่วคราว จึงไม่เข้าลักษณะกฎหมายสถานบริการ

² มติชน, 17 กุมภาพันธ์ 2547, หน้า 1

3. สถานบริการตามมาตรา 3(2) เปลี่ยนคำว่า “หญิงบำเรอ” เป็น “ผู้บำเรอ” และตัดคำว่า “โดยมีที่พักผ่อนหลับนอน หรือมีบริการนวดให้แก่ลูกค้า” มีผลทำให้
 - 3.1 คงเหลือสถานบริการประเภทที่มีผู้บำเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้าเพียงอย่างเดียว
 - 3.2 สถานบริการที่มีที่พักผ่อนหลับนอน ถูกตัดออกโดยผลของกฎหมายประกอบการต้องปรับเปลี่ยนกิจการ โดยสถานประกอบการประเภทดังกล่าว จะต้องไม่มีที่พักผ่อนหลับนอน
 - 3.3 สถานบริการประเภทที่มีบริการนวดให้แก่ลูกค้า ถูกตัดออกโดยผลของกฎหมายผู้ประกอบการต้องเลิกกิจการ หรือหากต้องดำเนินกิจการดังกล่าวต่อไป ต้องไปขอใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข (มาตรา 21 ใบอนุญาตที่ออกให้ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ให้คงใช้ได้ต่อไปจนกว่าจะสิ้นอายุใบอนุญาตนั้น)
4. สถานบริการตามมาตรา 3(3) ยกเว้นสถานบริการบางประเภทออกไป
 - 4.1 สถานนวดตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ
 - 4.2 สถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย ตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข โดยสถานประกอบการประเภทนี้ ต้องไปขอใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ภายใน 180 วัน นับจากวันที่กฎหมายสถานบริการฉบับนี้บังคับใช้ (13 มกราคม 2547) โดยในต่างจังหวัดให้ไปยื่นเรื่องขอใบรับรองมาตรฐานที่สาธารณสุขจังหวัด
5. สถานบริการตามมาตรา 3(4) เดิม แยกเป็น (4) และ (5)
 - 5.1 สถานประกอบการที่เปิดทำการภายในเวลา 24.00 น. ไม่เข้าลักษณะเป็นสถานบริการ
 - 5.2 สถานประกอบการที่เปิดทำการหลังเวลา 24.00 น. ต้องขออนุญาตตั้งสถานบริการ
 - 5.3 หากสถานประกอบการใดที่เปิดบริการก่อนเวลา 24.00 น. จะอ้างว่าไม่ใช่สถานบริการตามมาตรา 3(5) แต่ประกอบกิจการเข้าลักษณะมาตรา 3(4) (ก) (ข) (ค) แล้วต้องเป็นสถานบริการตามกฎหมายนี้
6. ยกเลิกการแจ้งเพื่อจัดตั้งสถานบริการบางประเภทออก โดยกำหนดให้การประกอบกิจการดังกล่าวต้องได้รับอนุญาตเท่านั้น เพื่อให้การควบคุมตรวจสอบกระทำได้อย่างทั่วถึงและเข้มงวด ดังนั้น สถานบริการทุกประเภทต้องอยู่ภายใต้บังคับของมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 (การขออนุญาตตั้งสถานบริการต้องอยู่ใน Zoning) เขตอันมีปริมาตรจำกัดเพื่อการอนุญาตตั้งสถานบริการ
7. ยกเว้นสถานประกอบการบางประเภท คือสถานนวดตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะและสปา หรือการนวดแผนไทย ตามมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดโดยความเห็นชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า สถานประกอบการที่เข้าลักษณะตามมาตรา 3(3) ที่ไม่ได้ใบอนุญาตตั้งเป็นสถานบริการ หาก

ไม่ได้รับยกเว้นเป็นสถานนวดตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ หรือใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข อาจถูกดำเนินคดีฐานตั้งสถานบริการ โดยไม่ได้รับอนุญาต

8. เพิ่มหน้าที่ให้ผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการต้องปฏิบัติเพื่อเป็นมาตรการป้องกันการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติด การนำอาวุธปืนเข้าไปในสถานบริการ หรือปล่อยให้ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์เข้าไปในสถานบริการ รวมทั้งกำหนดโทษที่เกี่ยวข้อง และกำหนดโทษสูงขึ้น
9. แก้ไขเพิ่มเติมให้การกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดในสถานบริการเป็นเหตุของการสั่งพักใช้เพิกถอน หรือไม่ต่อใบอนุญาต และขอขยายเวลาของการสั่งพักใช้ใบอนุญาตได้ครั้งละไม่เกิน 90 วัน
10. แก้ไขอัตราโทษปรับกรณีการประกอบธุรกิจสถานบริการโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือพักใช้ใบอนุญาต ให้มีอัตราโทษสูงขึ้น โดยเดิมปรับไม่เกิน 20,000 บาท แก้ไขปรับเพิ่มเติมเป็นปรับไม่เกิน 60,000 บาท
11. กำหนดโทษผู้ใช้บริการที่นำอาวุธเข้าไป โดยกำหนดเป็นบทหนักกว่าบทบัญญัติในกฎหมายว่าด้วยอาวุธปืน เครื่องกระสุนปืน วัตถุระเบิด คือ การพกพาอาวุธที่เป็นระเบิดหรืออาวุธสงคราม ทั้งนี้ หากเป็นเจ้าของหน้าที่ที่ต้องพกพาอาวุธเข้าไปตรวจตราจะต้องอยู่ในเครื่องแบบ และนำเข้าไปเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย
12. แก้ไขอัตราโทษของผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการ กรณีจัดให้มีการแสดงที่เป็นไปนางลามกหรืออนาจารในสถานบริการ ให้สอดคล้องกับโทษในลักษณะเดียวกันตามประมวลกฎหมายอาญา และกำหนดโทษให้จำคุกไม่เกิน 3 ปี หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ
13. แก้ไขบทสันนิษฐานความผิดของกรรมการหรือผู้จัดการของนิติบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับทุกความผิดตามพระราชบัญญัตินี้
14. แก้ไขอัตราค่าธรรมเนียมท้ายพระราชบัญญัตินี้ให้ได้สัดส่วนกับค่าธรรมเนียมค่าครองชีพ เดิมใบอนุญาตให้ตั้งสถานบริการ ฉบับละ 1,000 บาท แก้ไขเพิ่มเติมเป็นฉบับละ 50,000 บาท การต่ออายุใบอนุญาต เดิมครั้งละ 500 บาท แก้ไขเพิ่มเติมเป็นครั้งละ 10,000 บาท ทั้งนี้ อัตราที่กำหนดคืออัตราสูงสุดที่กฎหมายให้เก็บได้ ส่วนอัตราจริงที่จะใช้ต้องออกเป็นกฎกระทรวง โดยคำนึงถึงประเภทและขนาดของสถานบริการ

นอกจากนี้ กิจการสปาไม่ได้รับการยกเว้นภาษีตามประกาศกรมสรรพสามิตเรื่อง "หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการยกเว้นภาษีสรรพสามิตให้แก่สถานบริการประเภทอาบน้ำหรืออบตัวและนวดในสถานเสริมความงาม หรือเพื่อสุขภาพ" ประกาศใช้เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2546 โดยกำหนดชัดว่า กิจการที่ "มีอ่างอาบน้ำหรือสถานที่อาบน้ำในห้องเดียวกันกับห้องให้บริการนวด ไม่ว่าจะมีการแยกสัดส่วนระหว่างส่วนที่มีอ่างอาบน้ำหรือสถานที่อาบน้ำกับส่วนให้บริการนวด โดยมีประตูกั้นหรือไม่ก็ตาม" ไม่ถือว่า

เป็นสถานอาบน้ำหรืออบตัวและนวดที่ให้บริการในสถานบริการเสริมความงามหรือเพื่อสุขภาพ ที่จะได้รับการยกเว้นภาษี

ส่วนมาตรฐานของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพทั้ง 3 ประเภทนั้น มีหลักใหญ่ 5 ประการ คือ มาตรฐานในเรื่องสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินกิจการ และระบบรักษาความปลอดภัย กรณีเหตุฉุกเฉิน ซึ่งสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จะได้รับการรับรองโดยกฎหมายอย่างถูกต้องนั้น ต้องอยู่บนเงื่อนไขของการต้องผ่านการประเมินและรับรองจากคณะกรรมการตรวจและประเมินคุณภาพของกระทรวงสาธารณสุข แต่หากไม่ผ่านตามข้อกำหนด สถานที่เหล่านั้นต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข หากยังฝืนเปิดดำเนินการ จะถือว่าผิดกฎหมายทันที และต้องเป็นภาระหน้าที่ของตำรวจที่จะเข้าไปดำเนินการ

ขั้นตอนการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการ

1. จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือให้ได้มาตรฐาน
2. จัดเตรียมกรรมวิธี คู่มือการบริการ
3. จัดเตรียมผู้ดำเนินการ (เฉพาะสปา) อย่างน้อย 1 คน โดยให้มีผู้มีวุฒิ หรือมีประสบการณ์ และมีคุณสมบัติตามประกาศ ขึ้นขอสอบเพื่อขอใบรับรองเป็นผู้ดำเนินการที่ได้มาตรฐานตามประกาศจากคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐานสถานประกอบการกลาง ที่กองการประกอบโรคศิลปะ กระทรวงสาธารณสุข
4. จัดเตรียมผู้ให้บริการ ให้มีเพียงพอต่อบริการที่มี โดย
 - 4.1 รับจากบุคคลที่มีวุฒิจากสถาบันหรือหน่วยงานที่คณะกรรมการรับรอง หรือ
 - 4.2 ให้พนักงานที่ไม่มีวุฒิ แต่มีประสบการณ์และมีคุณสมบัติตามประกาศ ขึ้นขอรับรองจากคณะกรรมการ ที่สำนักงานสาธารณสุขประจำจังหวัด หรือที่กองการประกอบโรคศิลปะ ในเขตกรุงเทพฯ
5. กรอกแบบฟอร์มขอรับการรับรองมาตรฐานเพื่อตรวจสอบหลักฐาน สถานที่ ผู้ดำเนินการ ผู้ให้บริการและการจัดบริการ รอรับฟังผล มติคณะกรรมการและรอรับประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐาน จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หรือกองการประกอบโรคศิลปะ

2.3 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทำการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนวดแผนไทย ด้านการบริหารและวิธีการจัดการธุรกิจพบว่า ยังไม่พบการวิจัยในด้านนี้ แต่ได้พบเฉพาะงานวิจัยด้าน “ศาสตร์” แห่งการนวดคือวิธีการนวดและผลของการนวด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสาขาด้านการแพทย์และพยาบาล ที่มีเป้าหมายเพื่อการรักษาความเจ็บป่วย และเพื่อป้องกัน ดูแลสุขภาพ ซึ่งมีลำดับเอกสารดังต่อไปนี้

พญ. เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ. ศูนย์ประสานงานการแพทย์แผนไทยภาคกลาง จังหวัดปราจีนบุรี (2537) ได้ศึกษาผลการประยุกต์นวดแผนไทยแบบราชสำนัก เข้ากับคลินิกการแพทย์แผนไทยในสถานบริการสาธารณสุขใน จ.ปราจีนบุรีพบว่า การให้บริการรักษาพยาบาลด้วยการ แพทย์แผนไทย มีผู้มารับการบำบัดจำนวน 3,957 ราย รวม 8,858 ครั้ง เป็นผู้มารับการรักษาด้วยสมุนไพรมากที่สุด 4,238 ครั้ง หัตถบำบัด 3,109 ครั้ง อบสมุนไพร 3,497 ครั้ง ประคบสมุนไพร 2,722 ครั้ง และจากการศึกษาผลการรักษาด้วยการนวดแบบราชสำนักพบว่า ผู้ป่วยหายเป็นปกติร้อยละ 60.16 มีการดีขึ้นร้อยละ 28.90 และไม่ดีขึ้นร้อยละ 10.86 กลุ่มโรคที่พบว่าหายเป็นปกติมากที่สุดคือ ลำบองร้อยละ 88.33 รองลงมาคือ ลมปลายปิดคาค และลมปะก้ง คิดเป็นร้อยละ 65.21 และ 53.75 ตามลำดับ

วิชัย อิงพินิจพงศ์และนิครา มนตรี (2542) ศึกษาวิจัยเรื่องผลทางสรีรวิทยาเบื้องต้นของการนวดเท้าแบบประยุกต์ของคนปกติที่ไม่มีภาวะเจ็บป่วยจำนวน 20 คน อายุ 21-50 ปี โดยใช้วิธีการนวดเท้าแบบประยุกต์นาน 45 นาที ที่สถาบันการแพทย์แผนไทยได้จัดอบรมขึ้นในปี พ.ศ. 2542 โดยผสมผสานการนวดแบบไทยที่เน้นการนวด และวัดคลื่นตามแนวเส้นของการนวดร่วมกับการกดจุดแบบจีน พบว่าการนวดเป็นการดูแลสุขภาพที่ปลอดภัย ไม่มีผลกระทบร้ายแรงต่อสัญญาณชีพ (ความดันโลหิต อัตราชีพจร อัตราการหายใจ และอุณหภูมิร่างกาย) ช่วยเพิ่มปริมาณการไหลเวียนของเลือด และความยืดหยุ่นตัวของร่างกาย จัดเป็นการแก้ไขปัญหาสุขภาพแบบง่ายๆ และใช้แก้อาการเจ็บป่วยที่ไม่รุนแรงได้ เช่น ปวดคอ ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ คลายความเครียด เป็นต้น

ฉันทนา บรรพศิริโชติ (1989) อ้างถึงใน เสาวภา พรศิริพงษ์และคณะ ได้ศึกษาเรื่องการฟื้นฟูการนวดแผนไทย โดยกล่าวถึงพัฒนาการของการแพทย์แผนไทยและการนวดไทย รวมถึงการสร้างสรรค์ให้สังคมตื่นตัวในการให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูการนวดไทย โดยเสนอแนะแนวทางของกิจกรรมที่ควรทำคือ การตรวจสอบองค์ความรู้ การสร้างมาตรฐาน การใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้และการปรับโครงสร้างของการแพทย์แผนไทย

2.4 แนวคิดทฤษฎีด้านการบริหารและให้บริการธุรกิจ

ปรัชญา เวสารัช (2540:20) ได้กล่าวถึงหลักพื้นฐานของการให้บริการคือ

1. ทำให้ผู้รับบริการเต็มใจและไม่เกิดความทุกข์ ความเครียดในการรับบริการ
2. อย่าปล่อยให้ผู้มารับบริการรอนานเกินไป
3. อย่าทำผิดพลาดจนผู้รับบริการเดือดร้อน
4. สร้างบรรยากาศของหน่วยบริการให้น่ารื่นรมย์
5. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคยกับการบริการ

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2543:12) ได้แนะนำว่า องค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า นั้น มีลักษณะดังนี้

1. เข้าใจความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องสินค้าและบริการ
2. สามารถสนองตอบต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า รวมทั้งมีส่วนร่วมในองค์กรอย่างสมดุลกัน
3. มีการสื่อสารและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าให้บุคลากรในองค์กรทราบอย่างทั่วถึง
4. วัดความพึงพอใจของลูกค้าและมีการนำผลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
5. มีการวางแผนและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว

Tenner และ Detoro(1992) อ้างถึงใน วีรศักดิ์ พิรัชญา(2542:97) ได้เสนอ 10 มิติ ของคุณลักษณะคุณภาพของงานบริการ ดังนี้

1. ความวางใจได้-เป็นการสร้างความไว้วางใจในรูปแบบต่างให้เกิดขึ้นกับลูกค้า
2. การตอบสนอง-เป็นการสร้างความพร้อมและเต็มใจทุกขณะของพนักงานในการบริการ
3. ความสามารถในการแข่งขัน-เป็นความสามารถหรือความชำนาญที่พึงมีของพนักงาน
4. ความสามารถในการเข้าถึงของลูกค้า-เป็นความสะดวก ความยากง่ายในการติดต่อกับบริษัท ช่วงเวลาเปิดทำการ ระยะเวลาที่ใช้อรคอยรับบริการของลูกค้า
5. ความสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดี-พนักงานควรมีการยิ้มแย้มและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
6. การติดต่อสื่อสาร-เป็นภาษาที่ใช้ในการติดต่อลูกค้า มีการรับฟังและความสม่ำเสมอในการติดต่อ
7. ความไว้วางใจเชื่อใจ-เป็นความไว้วางใจที่ลูกค้ามีต่อบริษัท ความเชื่อถือที่มีระหว่างกัน ความซื่อสัตย์และชื่อเสียงบริษัท
8. ความปลอดภัย-เป็นการปลอดภัยในการทำธุรกิจร่วมกัน การเก็บรักษาความลับของลูกค้า
9. ความเข้าใจลูกค้า-เป็นการใช้ความพยายามในการทำความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า เรียนรู้ความต้องการพิเศษของลูกค้าแต่ละราย ความเอาใจใส่ลูกค้า
10. สิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangible) เครื่องมือและอุปกรณ์ การตกแต่งสำนักงาน ลักษณะการแต่งกายของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีอย่างเพียงพอและมีคุณภาพ

สำหรับแนวคิดการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนวดไทยนั้นพบเอกสารและงานวิจัยดังนี้

Herman (จาก www.spamanagement.com) ได้กล่าวถึงกิจการธุรกิจสปา (Spa) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการนวดแบบต่างๆ (รวมทั้งการนวดแผนไทย) เป็นสินค้าสำคัญไว้ว่า กิจการสปาบางแห่งไม่สนใจปล่อยปะละเลย ในด้านความสะดวก การดูแลรักษาสุขอนามัยของสถานที่ มีการตกแต่งอาคารไม่เหมาะสม รวมถึงความไม่พร้อมให้บริการของพนักงาน เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าไม่หวนกลับมาใช้บริการอีก

สมฤดี ฉายแสงมงคล (2539) อ้างถึงใน เสาวภา พรศิริพงษ์และคณะ (2539:315) ได้รายงานเกี่ยวกับการให้บริการด้านการแพทย์แผนไทยของศูนย์ธรรมชาติบำบัด โรงพยาบาลบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ว่า ในการทำงานเพื่อบริการนั้นได้คำนึงถึงปัจจัย 5 M คือ คน (Man) อุปกรณ์ (Machine) วิธีการ (Method) การตลาด (Marketing) และการบริหารจัดการ (Management) โดยจุดเริ่มต้นสำคัญจะอยู่ที่ “ใจ” ของคน การมีทีมงานที่เข้มแข็ง มีการพัฒนาทีมงานโดยการฝึกอบรม ฝึกงาน และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

เสาวภา พรศิริพงษ์ และพรทิพย์ อุดุภรณ์ (2538) ได้ศึกษาภูมิปัญญาหมอนพื้นบ้านไทยพ้อใหญ่เด่น ลาวงส์ พบว่าการจะเป็นที่ยอมรับของชาวบ้านว่าเป็นหมอนสมุนไพรของพ้อใหญ่เด่นนั้น นอกจากเป็นผู้มีความรู้ดีในการวินิจฉัยโรค การประกอบยาให้ถูกต้องกับโรค และมีตัวยาดีแล้ว ต้องมีวิธีการผูกใจลูกค้าด้วยการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ไม่เอาเปรียบ ไม่ขูดรีดค่ารักษา ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต และต้องรู้จักเอาอกเอาใจลูกค้า

2.5 การนวดแผนไทยกับธุรกิจสปา

สปา คือ สถานที่ที่มีการบริการสุขภาพโดยใช้น้ำเป็นหลัก แบ่งออกเป็น 7 ประเภท¹ ได้แก่ สปาขนาดเล็ก (Day Spa) สปาในโรงแรม (Hotel & Resort Spa) สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ (Destination Spa) สปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนธรรมชาติ (Mineral Springs Spa) ซึ่งประเทศตะวันตกนิยมกันมามากกว่า 200 ปี โดยเริ่มที่ประเทศเบลเยียม² สปาเป็นวิถีชีวิตของการดูแลสุขภาพประจำวัน โดยอาศัยวิถีทางของธรรมชาติคือน้ำ จึงไม่แปลกเลยที่จะเห็นการนวดแผนไทยถูกจัดเป็นสินค้าหรือบริการหลักที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างดีในธุรกิจสปา เพราะการนวดแผนไทยเป็นรูปแบบหนึ่งในการดูแลสุขภาพตามภูมิปัญญาไทย และมีแบบแผนที่ชัดเจนในเรื่องของการนวด ทำให้เกิดความเชื่อถือในหมู่ของผู้นิยมสปา

Walden-Schertz (2003: 28) ได้รายงานผลการศึกษาของบริษัท Intelligent Spa ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งรับรองโดยสมาคมไทยสปา พบว่า ในปี 2545 เมืองไทยมีบริการสปา 230 แห่ง แต่ได้

¹ ดัดแปลงจาก ISPA in [http:// experiencespa.com/glossary/glossary.html](http://experiencespa.com/glossary/glossary.html)

² เพ็ญภา ททรัพย์เจริญ ไทยสปา กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทย มิถุนายน 2546 (เอกสารอัดสำเนา)

มาตรฐานเพียงประมาณ 50 แห่ง มีผู้ใช้บริการธุรกิจสปาประมาณ 3.3 ล้านคน มีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 64 ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยธุรกิจสปาในประเทศไทยยังต้องขึ้นกับนักท่องเที่ยวจากตลาดต่างประเทศ เพราะผู้ใช้บริการร้อยละ 80 เป็นชาวต่างชาติ ก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 83 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นเงินไทย 3,652 ล้านบาท โดยครึ่งหนึ่งของรายได้จะมาจากการบริการนวด ซึ่งถือว่าเป็นที่นิยมสูงสุดของบริการทั้งหลายในสปา¹

สถานบริการสปาที่เปิดให้บริการในประเทศไทย มีอยู่เป็นจำนวนมาก มีการดำเนินงานที่แตกต่างกันในด้านทำเลที่ตั้ง การบริการที่อาจเป็นแบบตะวันตกล้วน แบบผสมผสานกับภูมิปัญญาตะวันออก หรือแบบสปาไทยที่นำบริการแพทย์แผนไทยมาเป็นจุดเด่นก็ได้ ขึ้นกับกลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละผู้ประกอบการ

ศักยภาพธุรกิจสปาของไทยมีโอกาสสูงในการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะประเทศไทยนับเป็น Spa Destination แห่งหนึ่งที่ชาวต่างชาตินิยมมารับบริการ (Casison 2001: 55) ด้วยเหตุปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น ทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ โดยมีแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติถึง 91 แห่ง มีแหล่งท่องเที่ยววงดงามและหลากหลายมาก (ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา, กรกฎาคม 2546) ด้านความพร้อมของสถานประกอบการก็มีพนักงาน ซึ่งเน้นลักษณะการบริการแบบไทย อันปรุงแต่งด้วยจิตใจบริการ (Service Minded) มนัสเสน่ห์ไทยและภูมิปัญญาไทย และอีกประการที่สำคัญ คือ อัตราต้นทุนในประเทศไทยมีราคาต่ำกว่า ทั้งในด้านค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุก่อสร้างและการบำรุงรักษา ซึ่ง Mr. Greg Richardson ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจของบริษัท Spa Odyssey จากออสเตรเลีย ให้ข้อสรุปที่สำคัญว่ากิจการสปาระดับ 5 ดาวในประเทศไทย จะมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าต่างประเทศมาก โดยหากพิจารณาจากต้นทุนต่อตารางเมตรแล้ว ในยุโรปจะประมาณ 1,500 – 2,000 เหรียญสหรัฐ แต่ในไทยเพียงประมาณ 800 เหรียญสหรัฐ และในจีนถูกกว่า คือประมาณ 500 เหรียญสหรัฐ และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาเพียง 3 ปี นอกจากนี้วิธีการต้อนรับและอภัยสัชไมตรีแบบไทย เป็นความประทับใจของลูกค้าที่นับเป็นจุดแข็งทางการตลาดที่ยังไม่มีประเทศใดเทียบเคียงได้

สำหรับธุรกิจสปาในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกานั้น องค์การสปาระหว่างประเทศ (International Spa Association-USA หรือ ISPA-USA) รายงานว่า ในช่วงปี 2540-2543 ธุรกิจสปาในสหรัฐอเมริกามีความเจริญเติบโตเร็วมากในอัตราร้อยละ 129 โดย Day Spa เป็นกิจการที่ได้รับความนิยมสูงสุดของประชากร มีผู้ใช้บริการปีละประมาณ 95 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ 5 พันล้านเหรียญ² ทำให้มีจำนวนมากถึง 4,000 แห่ง และครองส่วนแบ่งตลาดประมาณ ร้อยละ 77 ของตลาด สปารวม ซึ่งมีอยู่ถึง 6,300 แห่ง โดยผู้ใช้บริการเป็นผู้บริหารระดับกลาง (Middle-aged Executive) และมีรายจ่ายเฉลี่ย

¹ Yesawich, Pepperdine and Brown, "The 1999 American Spa-Goer Survey conducted on behalf of the International Spa Association." Massage Magazine in <http://www.massagemag.com/spa.htm>

ประมาณ 500 ดอลลาร์ (20,000 บาทต่อเดือน) ต่อการพักผ่อนและใช้บริการ 48 ชั่วโมง (Frabotta 2001: 1)

กิจการสปาในเมืองไทยโดยทั่วไปจะจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีลักษณะแบบที่นิยมในต่างประเทศ เพราะเป็นความต้องการบริการลูกค้าส่วนใหญ่ที่เป็นชาวต่างประเทศ เพียงแต่เน้นการบริการแบบไทย ซึ่งจะเอาใจลูกค้าเป็นพิเศษ ในขณะที่ลักษณะของการใช้บริการในต่างประเทศ จะเป็นการช่วยเหลือตนเอง (Self Service) มากกว่า แต่ในปัจจุบัน ด้วยวิสัยทัศน์ของกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกที่ต้องการฟื้นฟูและอนุรักษ์การนวดไทยสู่ระดับสากล โดยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาให้เข้ากับค่านิยมของบริการสปาที่กำลังเติบโต จึงเกิดลักษณะ “สปาประยุกต์” ขึ้น (เพ็ญภาและคณะ 2546: 46) โดยประสานลักษณะรูปแบบสปาตะวันตก (Western Spa) ให้เข้ากับเอกลักษณ์ไทย ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญ โดยประเภทแรก คือ “ไทยสปา” ซึ่งเป็นลักษณะการประยุกต์และผสมผสานระหว่างการนวดไทยกับมาตรฐานสปาแบบตะวันตกเข้าด้วยกัน และประเภทที่สอง คือ “ไทยสปาเย” ซึ่งเป็นการนวดแบบอนุรักษ์ที่ยังคงความดั้งเดิมไว้ มีลักษณะศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม โดยขณะนี้ ไทยสปาจัดเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและเป็นจุดเด่นของไทย และเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบำบัดสุขภาพด้วยสมุนไพรไทยที่เน้นการนวด การอบสมุนไพร การใช้ลูกประคบ และการแช่น้ำสมุนไพรในอ่างน้ำวนวดตัว (Jacuzzi) เป็นโปรแกรมหลักในการฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้ในการบำบัดเสริมความงาม และสินค้าอื่นๆที่ใช้ในสปาเพิ่มเติมด้วย โดยช่วยสร้างจุดขายและเกิดการขยายตลาดให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงาม¹

ปัจจุบัน ธุรกิจสปาเป็นทางเลือกเพื่อสุขภาพที่มีผู้นิยมกันทั่วโลกให้การยอมรับว่า เป็นวิธีการบำบัดและรักษาด้วยวิถีธรรมชาติ เป็นศาสตร์แห่งการผ่อนคลาย ทำให้เกิดความรู้สึกสบายที่รู้สึกสัมผัสได้ ถือว่าเป็นทางเลือกเพื่อสุขภาพ มีรูปแบบการให้บริการตั้งแต่การทำความสะอาดผิว และเสริมอาหารบำรุงให้ลึกถึงผิวหนัง ไม่ว่าจะเป็นการนวด หรือการใช้ยา วัตุดิบบำบัด ในบางแห่งมีการนำน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ น้ำทะเล น้ำแร่มาให้บริการลูกค้าได้อาบหรือแช่กันด้วย ธุรกิจสุขภาพกำลังเติบโตในยุคที่ผู้คนเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น สถานพยาบาล สถานเสริมความงามปรับตัวกันศึกศึก เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เริ่มขยายตัวสู่ชาวต่างประเทศ แต่ยังมีอุปสรรคหลายอย่างที่ทำให้ธุรกิจประเภทดังกล่าว เติบโตได้ไม่เต็มที่ ทั้งที่ศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยจะนำหน้าประเทศเพื่อนบ้าน แลยังมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีความเป็นอยู่แบบไทยๆที่งดงาม ซึ่งเป็นทุนทางสังคม สามารถเรียกนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้ามาสัมผัสได้ไม่น้อย ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ Medical Hub หรือศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และดึงรายได้จากภาคท่องเที่ยวและภาคธุรกิจสุขภาพ โดยเริ่มนำร่องในบางพื้นที่มาตั้งแต่ปี 2546 ได้รับการตอบรับเป็นอย่างมาก โดยมีการส่งเสริมให้ไทยเป็น Spa Capital of Asia ซึ่งเป้าหมายสำคัญทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค

¹ ชมนาด, นามแฝง. “คุณค่าสมุนไพรในไทยสปา,” วารสารกินรี, 20 (ตุลาคม 2546), 110-114

ของประเทศ โดยแบ่งหน้าที่ให้หน่วยงานรัฐเข้ามาส่งเสริมดังนี้ กระทรวงสาธารณสุขกำกับดูแลด้านมาตรฐานสปา กระทรวงพาณิชย์ดูแลตลาดต่างประเทศในภาพรวม กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดำเนินการส่งเสริมการตลาดและการสร้างภาพลักษณ์ไปยังนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้ตั้งเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ไว้ 3 ระดับ คือ

1. ยุทธศาสตร์มุ่งพัฒนาและยกระดับมาตรฐานบริการสปาไทยเทียบเท่าสากล และพัฒนาในประเทศ
2. ยุทธศาสตร์ผลักดันไทยขึ้นเป็นศูนย์กลางสปาเอเชีย
3. ยุทธศาสตร์ผลักดันไทยสู่การเป็น World Class Spa Destination เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมสปาไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีทิศทางที่ขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาส่งเสริมอย่างเป็นระบบจนเกิดประสิทธิภาพในระบบเศรษฐกิจ

ถือว่าธุรกิจสปาเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และบริการที่รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาตลอด อีกทั้งภาครัฐยังได้กำหนดยุทธศาสตร์ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียในปี 2546-2554 ตั้งเป้าว่าจะนำรายได้เข้าประเทศไม่น้อยกว่า 100,000 ล้านบาท¹

ความก้าวหน้าของธุรกิจสปานับเป็นแบบอย่างที่ดีของภาคอุตสาหกรรม โดยมีการรวมตัวกันเป็นองค์กร คือ ชมรมหรือสมาคมเพื่อทำหน้าที่ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ และดูแลผลประโยชน์ของหมู่มวลชนสมาชิก ซึ่งภาครัฐเองก็มองเห็นถึงความแข็งแกร่งและสามัคคีกันของอุตสาหกรรมนี้ โดยในภาพรวมมี 2 สมาคมใหญ่ ๆ คือ สมาคมสปาไทย และสมาคมผู้ประกอบการสปาไทย โดยที่สมาคมสปาไทย มีคุณภรณ์ อารีสมณ์ เป็นนายกสมาคม ได้ก่อตั้งเมื่อเดือนมีนาคม 2546 โดยจดทะเบียนกับทางกระทรวงพาณิชย์ มีสมาชิกที่เป็นสปาโรงแรม (Resort Spa) ประมาณ 30% Day Spa (รวม Club Fitness Centers) 30% Medical Spa 10% และโรงเรียนฝึกอบรมธุรกิจสปาและให้คำปรึกษาอีก 30% ส่วนทางด้านสมาคมผู้ประกอบการสปาไทย มีคุณกรณ์ สรวง ภิรมย์ เป็นนายกสมาคม โดยก่อตั้งขึ้นด้วยการรวมตัวกันของผู้ประกอบการสปา เมื่อประมาณเดือนตุลาคม 2546 มีเป้าหมายที่คล้ายคลึงกัน คือ เป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร โดยต้องการจะสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจสปาในประเทศไทยให้ยั่งยืน เพื่อคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ โดยเป็นผู้ประสานงานกับภาครัฐ ในการให้ความช่วยเหลือและรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นช่องทางให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

¹ มติชน. 15 สิงหาคม 2547, 10 (115), หน้า 12.

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งจะศึกษาข้อมูลเป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ในธุรกิจการนวดแผนไทย ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการนวดแผนไทย ในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม จำนวนรวมทั้งสิ้น 940 คน ได้แก่

1. ผู้ให้บริการ หรือนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการการนวดแผนไทย

- ชาวไทยจำนวน	427 คน
- ชาวต่างประเทศจำนวน	373 คน
2. ผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการจำนวน 40 คน
3. พนักงานนวด (หมอนวด) จำนวน 100 คน

หมายเหตุ ทดสอบแบบสอบถามโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากร 3 กลุ่ม โดยกำหนดความเชื่อมั่นทางสถิติที่ระดับร้อยละ 95 และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Quota sampling และ Purposive sampling

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม(Questionnaire)ซึ่งจะถูกสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าโดย

1. ศึกษาเนื้อหาสาระสำคัญจากข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสาร (Secondary data) นำมาสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้
2. ร่างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้ (Pre-test questionnaire)
4. ปรับปรุงแบบสอบถามให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับกิจการการนวด เช่น ความพึงพอใจในการใช้บริการ (หรือในการปฏิบัติงาน) ปัญหาที่พบ วิธีการให้บริการ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราประเมินค่า(Rating scale ตามแบบของ Likert scale) โดยกำหนดหลักเกณฑ์คะแนนเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

หลังจากให้คะแนนแล้ว นำไปหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และกำหนดคะแนนการแปลผล ดังนี้

มาก	มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 – ขึ้นไป
ปานกลาง	มีคะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49
น้อย	มีคะแนนเฉลี่ย น้อยกว่า 2.49

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค ความคาดหวังของผู้รับบริการ ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการโดยใช้ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง(Documentation) ค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสารทางราชการและงานวิจัย เพื่อศึกษาทฤษฎี หลักเกณฑ์หรือผลการศึกษา ตลอดจนองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการทางธุรกิจ มาตรฐานธุรกิจ การพัฒนาธุรกิจบริการ การแข่งขันทางธุรกิจและองค์ความรู้อื่นที่เกี่ยวข้อง

2. รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์โดยใช้การสัมภาษณ์ 2 รูปแบบ ผสมผสานกันดังนี้

2.1 แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (The informal conversation interview)

การถามจะไม่มีเตรียมประเด็นคำถามล่วงหน้า เพียงวางกรอบโครงสร้างที่จะสัมภาษณ์ไว้กว้างๆ ไม่เรียงลำดับคำถาม เพื่อเปิดประเด็นในการพูดคุย และได้ข้อมูลที่ละเอียดในมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยไม่กังวลหรือระมัดระวัง เปิดกว้างให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

2.2 การสัมภาษณ์แบบตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า (The interview guide) ผู้วิจัยจะเตรียมคำถามตามประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการข้อมูลไว้ล่วงหน้า แต่การถามอาจจะไม่เรียงลำดับ รวมทั้งอาจสอบถามเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องเมื่อผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลมาหรือพบประเด็นใหม่ เพื่อประโยชน์ต่อการวิเคราะห์มากขึ้น โดยทำการสัมภาษณ์ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ

3. ใช้แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์ในกลุ่มพนักงานนวดและผู้ใช้บริการ

4. ใช้การสังเกตการณ์ (Observation) ถ่ายภาพขณะเข้าสัมภาษณ์ในสถานประกอบการหรือบริเวณที่จัดกิจกรรมการนวดแผนไทย เพื่อเป็นข้อมูลของการศึกษาลักษณะการจัดการทางธุรกิจ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบตามต้องการ คณะผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามลงรหัสเพื่อการใช้งาน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นไปตามลักษณะของข้อมูลที่รวบรวมมาได้คือ วิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีทางสถิติ ได้แก่ ตารางแสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละ โดยอธิบายผลการวิเคราะห์ทางสถิติข้างต้นในลักษณะพรรณนาความและนำข้อมูลจากคำถาม ปลายเปิดจากการสัมภาษณ์ มาอธิบายผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจจากประชากร 3 กลุ่ม ซึ่งครอบคลุมทั้งธุรกิจ คือ กลุ่มลูกค้า กลุ่มพนักงานบริการ และกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงขอแบ่งการรายงานผลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาจากกลุ่มลูกค้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการในกิจการนวดแผนไทย ในจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย โดยได้ใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มลูกค้าชาวไทย จำนวน 427 ชุด ลูกค้าชาวต่างประเทศ จำนวน 373 ชุด รวมจำนวนลูกค้าทั้งสิ้น 800 คน สามารถแจกแจงข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1.1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคล

ตัวแปร	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
ชาย	156	36.5	124	33.2	280	35.0
หญิง	271	63.5	249	66.8	520	65.0
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0
2. อายุ						
30 ปี หรือน้อยกว่า	66	15.5	45	12.1	111	13.9
31 – 40 ปี	146	34.2	153	41.0	299	37.4
41 – 50 ปี	164	38.4	139	37.3	303	37.9
มากกว่า 50 ปี	51	11.9	36	9.7	87	10.9
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากตัวอย่างลูกค้า พบว่า ในภาพรวมเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย คือ ร้อยละ 65.0 และ ร้อยละ 35.0 ตามลำดับ โดยมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ ร้อยละ 37.4 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี หากรวมทั้งสองกลุ่มสามารถกล่าวได้ว่า ลูกค้าในกิจการบริการสุขภาพ อยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี ถึง ร้อยละ 75.3 โดยส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าชาวไทย

ตาราง 4.1.2 ภูมิภาคที่อยู่อาศัยของลูกค้าชาวไทย (สูงสุด 6 อันดับแรก)

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
ขอนแก่น	164	38.4
กรุงเทพมหานคร	86	20.1
กาฬสินธุ์	45	10.5
อุดรธานี	35	8.2
หนองคาย	32	7.5
นครราชสีมา	30	7.0
จังหวัดอื่น ๆ	35	8.2
รวม	427	100.0

จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าชาวไทยส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการนวดแผนไทย คือ ร้อยละ 38.4 เป็นคนท้องถิ่น รองลงมาร้อยละ 20.1 เป็นนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร และส่วนนักท่องเที่ยวจากจังหวัด กาฬสินธุ์ อุดรธานี และ หนองคาย มีร้อยละ 10.5 ,8.2 และ7.5 ตามลำดับ แสดงว่าลูกค้าชาวไทยในธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่นจะเป็นคนท้องถิ่นหรือพำนักอยู่ในขอนแก่นถ้ารวมจังหวัดใกล้เคียง คือ อุดรธานีและ หนองคายด้วยก็มีจำนวนถึงร้อยละ 54.1

ตาราง 4.1.3 สัญชาติของลูกค้าชาวต่างประเทศ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
เกาหลี	42	11.3
อเมริกา	38	10.2
สวีเดน	37	9.9
ฮ่องกง	36	9.7
อังกฤษ	35	9.4
ฝรั่งเศส	34	9.1
มาเลเซีย	33	8.8
ญี่ปุ่น	31	8.3
ออสเตรเลีย	18	4.8
เยอรมันนี	15	4.0
สัญชาติอื่น ๆ	54	14.5
รวม	373	100.0



จากผลการศึกษาลูกค้าชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย จำนวนสูงสุดอันดับแรกคือ ร้อยละ 11.3 เป็นนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี รองลงมา คือ จากอเมริกา ร้อยละ 10.2 ส่วนชาวยุโรป คือ ชาวสวีเดน และ ชาวอังกฤษ ร้อยละ 9.9 และ 9.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1.4 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย

ตัวแปร	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชมธรรมชาติ	115	26.9	114	30.6	229	28.6
ชื่นชมประวัติศาสตร์	105	24.6	71	19.0	176	22.0
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	94	22.0	69	18.5	163	20.4
ดูแลสุขภาพ	58	13.6	54	14.5	112	14.0
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์	42	9.8	45	12.1	87	10.9
อื่น ๆ	13	3.0	20	5.4	33	4.1
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่ใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หรือ หนองคาย ตั้งใจมาท่องเที่ยวขอนแก่นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อชมธรรมชาติ ร้อยละ 28.6 รองลงมาคือเพื่อชื่นชมประวัติศาสตร์ ร้อยละ 22.0 เพื่อท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และดูแลสุขภาพ ร้อยละ 20.4 และร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1.5 ปัญหาด้านสุขภาพที่จำเป็นต้องเสาะแสวงหาการนวดเพื่อรักษา

ปัญหาสุขภาพ	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาสุขภาพ	221	51.8	204	54.7	425	53.1
มีปัญหาสุขภาพ	206	48.2	169	45.3	375	46.9

ความถี่ในการใช้บริการ	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	53	12.4	30	8.0	83	10.4
เดือนละ 1-2 ครั้ง	208	48.7	181	48.5	389	48.6
ปีละ 1-2 ครั้ง	107	25.1	136	36.5	243	30.4
นาน ๆ ครั้ง	59	13.8	26	7.0	85	10.6
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำทั้งชาวไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 53.1 ไม่มีปัญหาด้านสุขภาพที่จำเป็นต้องเสาะแสวงหาการนัดเพื่อรักษา ซึ่งหมายความว่า ลูกค้ำที่มาใช้บริการในธุรกิจนัดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และหนองคายส่วนใหญ่เป็นผู้มีสุขภาพปกติ และมาใช้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพมากกว่าการรักษา

เป็นที่น่าสังเกตว่า ลูกค้ำทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีปัญหาสุขภาพและแสวงหาการนัดเพื่อการรักษา มีจำนวนถึงร้อยละ 46.9 ซึ่งใกล้เคียงกับลูกค้ำที่ไม่มีปัญหาสุขภาพ แสดงให้เห็นว่า ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างก็เห็นถึงความสำคัญของการนัดว่าสามารถรักษาโรคได้ หากรัฐบาลสามารถส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างมากจนถึงจุดหนึ่งที่ทำให้การใช้บริการส่งเสริมสุขภาพเป็นเรื่องของวิถีชีวิต เป็นเรื่องของสิ่งจำเป็นที่ต้องปฏิบัติบ่อยมากขึ้น จะทำให้ผู้คนมีสุขภาพดี และจำนวนการใช้บริการจะมีจำนวนมากขึ้น อาจทำให้ค่าบริการต่าง ๆ ลดราคาลงมาเพื่อบริการคนท้องถิ่น หรือสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในบ้านเรือนของคนจนเกิดเป็น "สปาในบ้าน" ได้

สำหรับความถี่ในการใช้บริการในธุรกิจส่งเสริมสุขภาพพบว่าในภาพรวมทั้งลูกค้ำทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.6 ใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง รองลงมาคือร้อยละ 30.4 ที่ใช้บริการปีละ 1-2 ครั้ง

ตารางที่ 4.1.6 วิธีการเลือกสถานที่ และช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการนัดแผนไทย

การเลือกสถานที่	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค้นหาจากอินเทอร์เน็ต	117	27.4	114	30.6	231	28.9
จัดไว้ในโปรแกรมทัวร์	77	18.0	80	21.4	157	19.6
พบโดยบังเอิญ	62	14.5	47	12.6	109	13.6
คำบอกเล่าปากต่อปาก	53	12.4	30	8.0	83	10.4
ผ่านพีชประชาสัมพันธ์	28	6.6	52	13.9	80	10.0
คนขับรถรับจ้างแนะนำ	40	9.4	39	10.5	79	9.9
อื่นๆ	50	11.7	11	2.9	61	7.6
ช่องทางการรับรู้						
สื่อบุคคล	167	39.1	122	32.7	289	36.1
สื่อเฉพาะกิจ	116	27.2	164	44.0	280	35.0
สื่อมวลชน	144	33.7	87	23.3	231	28.9
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากตารางจะพบว่า ทั้งลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 28.9 เลือกใช้บริการนวดแผนไทยจากการใช้การค้นหาจากอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือจากการที่จัดไว้ในโปรแกรมการจดจำเที่ยว ร้อยละ 19.6 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นนั้น ส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่ามากับบริษัททัวร์นำเที่ยว

จะสังเกตเห็นว่าการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทยของชาวต่างประเทศในจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย นั้น จะเป็นการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ตซึ่งถือเป็นสื่อเฉพาะกิจที่ทางบริษัทต่าง ๆ จัดขึ้นถึงร้อยละ 44.0 ส่วนลูกค้าชาวไทยเนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศจึงมักฟังจากการบอกเล่าปากต่อปากมากกว่า โดยคิดเป็นร้อยละ 39.1

ตารางที่ 4.1.7 ค่าใช้จ่ายในการรับบริการนวด

การเลือกสถานที่	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
100 - 500 บาท	211	49.4	47	12.6	258	32.3
501 - 900 บาท	132	30.9	70	18.8	202	25.3
901 - 1,300 บาท	71	16.6	157	42.1	228	28.5
1,301 - 1,700 บาท	10	2.3	79	21.2	89	11.1
มากกว่า 1,700 บาท	3	0.7	20	5.4	23	2.9

ความคิดเห็น	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสมแล้ว	269	63.0	147	39.4	416	52.0
ถูกมาก ๆ	61	14.3	199	53.4	260	32.5
แพงเกินไป	97	22.7	27	7.2	124	15.5
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการรับบริการนวด และบริการส่งเสริมสุขภาพ ถูกกว่าชาวต่างประเทศ โดยลูกค้าชาวไทยจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 100 – 500 บาท ในขณะที่ชาวต่างประเทศจะสูงถึง 901 – 1,300 บาท ซึ่งเป็นเพราะลูกค้าชาวไทยมีความสะดวกในการตรวจสอบราคามากกว่า มีการเลือกใช้บริการที่ไม่แพงเกินไปแต่สำหรับลูกค้าชาวต่างประเทศนั้นมีข้อเสียเปรียบคือจะต้องใช้บริการในอัตราที่สูงกว่า ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่ราคาคนไทยและราคาชาวต่างประเทศจะไม่เท่ากัน ซึ่งลูกค้าชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ก็มักยินดีจ่าย เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับราคาในประเทศของเขาแล้วในเมืองไทยก็ยังมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่ามาก สอดคล้องกับความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 53.4 ที่ว่าราคาที่เป็นอย่างถือว่าถูกมาก ๆ ส่วนลูกค้าชาวไทยก็เห็นว่าเป็นราคาที่เหมาะสมคิดถึงร้อยละ 63.0

ตารางที่ 4.1.8 ประสิทธิภาพในการใช้บริการนวดแบบต่างๆ

ประสิทธิภาพในการใช้บริการ	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	247	57.8	250	67.0	497	62.1
ไม่เคยใช้บริการนวดแผนอื่น	180	42.2	123	33.0	303	37.9
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

ประสิทธิภาพในการใช้บริการ	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการนวดแบบ						
การนวดแบบสวดิซ	127	51.4	133	53.2	260	52.3
การนวดแผนจีน	50	20.3	41	16.4	91	18.3
การนวดแบบอื่นๆ	20	28.3	76	30.4	146	29.4
รวม	247	100.0	250	100.0	497	100.0

จากการศึกษาประสิทธิภาพในการใช้บริการนวดแบบต่าง ๆ พบว่าทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ รวมร้อยละ 62.1 และยังพบว่าลูกค้าชาวต่างประเทศมีประสบการณ์ในการใช้บริการนวดมากกว่าชาวไทย ซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้าชาวต่างประเทศมีรายได้มากกว่าคนไทย จึงมีกำลังซื้อมากทำให้สามารถเลือกใช้บริการได้หลากหลายมากกว่า และก่อนหน้านี้อาจจะเดินทางไปท่องเที่ยวในหลายประเทศแล้ว จึงมีโอกาสในการทดลองใช้บริการนวดแบบต่าง ๆ มาแล้ว นอกจากนี้ในภาพรวมยังพบว่า ร้อยละ 52.3 จะนิยมบริการนวดน้ำมันซึ่งเป็นแบบสวดิซ นอกเหนือจากบริการนวดแผนไทย

ตารางที่ 4.1.9 การใช้บริการอื่นๆ และการใช้เวลาต่อครั้ง

ชนิดการบริการ	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นวดฝ่าเท้า	118	30.5	180	32.4	298	31.6
นวดหน้า	77	19.9	126	22.7	203	21.5
อบตัว/อบสมุนไพร	107	27.6	85	15.3	192	20.4
ไม่ใช้บริการอื่นอีกเลย	69	17.8	51	9.2	120	12.7
บริการอื่นๆ	16	4.1	113	20.4	129	13.7
รวม	387	100.0	555	100.0	942	100.0

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จำนวนเวลา						
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	40	9.4	10	2.7	50	6.3
ประมาณ 1 ชั่วโมง	116	27.2	116	31.1	232	29.0
มากกว่า 1 ชั่วโมงแต่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง	203	47.5	197	52.8	400	50.0
ประมาณ 2 ชั่วโมง	68	15.9	50	13.4	118	14.8
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากการศึกษาประสบการณ์ในการใช้บริการพบว่า นอกเหนือจากการนัดหมายแล้ว ทั้งลูกค้าชาวไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่นิยมนัดผ้าทำโดยรวมถึงร้อยละ 31.6 โดยทั่วไปแล้วการเข้าใช้บริการในกิจการส่งเสริมสุขภาพเหล่านี้ลูกค้าส่วนใหญ่ในภาพรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ร้อยละ 50.0 ใช้เวลาเพื่อผ่อนคลายประมาณ 1-2 ชั่วโมง ในเรื่องการนัดผ้าทำนั้นถือเป็นบริการที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะบางแห่งเปิดกิจการรับนัดผ้าทำอย่างเดียว เป็นการลงทุนที่ง่ายมาก โดยมีเก้าอี้นั่งสบาย ๆ ที่ลูกค้าสามารถยื่นเท้าให้ผู้ดูแลบริการทำความสะอาดและค่อ ๆ บีบนวดให้โดยใช้มือเปล่าและอุปกรณ์เสริมบ้างตามวิธีการของแต่ละสำนัก โดยสามารถพบเห็นได้ทั้งตามศูนย์การค้าระหว่างรอเพื่อนหรือคู่สมรสไปเลือกซื้อสินค้า หรือที่แวะพักรถสำหรับผู้เดินทาง ซึ่งในแง่จิตวิทยาการบริการแล้ว อวัยวะส่วนเท้าเป็นเบื่อง่ายที่สุดแต่การที่มีใครสักคนมาบริการทำความสะอาดแล้วบีบนวดให้จนเกิดรู้สึกผ่อนคลาย ราคาก็ไม่แพงมากใครเลยจะอดใจได้ที่จะไม่ใช้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่าลูกค้าชาวไทยนิยมอบตัวหรืออบสมุนไพร ถึงร้อยละ 27.6 ซึ่งมีอัตราสูงกว่าชาวต่างประเทศ โดยอาจเป็นเพราะชาวไทยรู้จักสรรพคุณของสมุนไพรไทยค่อนข้างดีจึงมีอัตราการใช้บริการสูงกว่าชาวต่างประเทศซึ่งอาจจะไม่กล้าเสี่ยงมากนักเพราะการอบนั้นต้องใช้ทั้งไอความร้อนและกลิ่นที่ชาวต่างประเทศยังไม่คุ้นเคย จึงยังไม่กล้าทดลอง ผู้วิจัยมีความเห็นว่าสถานบริการน่าจะให้ข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมที่ผู้ให้บริการชาวต่างประเทศสามารถอ่านและเข้าใจได้ถึงสรรพคุณ ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมยอดขายในบริการอบสมุนไพรให้มีอัตราสูงขึ้น และเป็นการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยได้อีกทางหนึ่ง

ตารางที่ 4.1.10 การคัดกรองประวัติลูกค้าและการประสบปัญหา

วิธีการคัดกรอง	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กรอกข้อมูลเบื้องต้น	38	8.2	359	64.8	397	39.0
ซักถามประวัติปากเปล่า	239	51.4	121	21.8	360	35.3
ไม่มีการซักถามประวัติใด ๆ	172	37.0	61	11.0	233	22.9
วิธีการอื่น	16	3.4	13	2.3	29	2.8
รวม	465	100.0	554	100.0	1019	100.0

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การประสบปัญหา						
ไม่เคยประสบปัญหา	311	72.8	222	59.5	575	71.9
เคยประสบปัญหาบ้าง	103	24.1	138	37.0	199	24.9
ประสบปัญหาเป็นประจำ	13	3.0	13	3.5	26	3.3
รวม	427	100.0	373	100.0	800	100.0

จากการศึกษาวิธีการคัดกรองประวัติลูกค้าพบว่า ในภาพรวมใช้วิธีการกรอกข้อมูลเบื้องต้น โดยในกลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศมีอัตราสูงถึง ร้อยละ 64.8 ซึ่งนับว่าเป็นส่วนดีที่กิจการต่าง ๆ เริ่มหันมาสนใจทางด้านข้อมูลลูกค้ามากขึ้น ส่วนในกลุ่มลูกค้าชาวไทยพบว่า ร้อยละ 51.4 ใช้การซักถามประวัติปากเปล่ามากกว่า ย่อมแสดงว่าภาษาอาจมีส่วนสำคัญที่ทำให้การซักถามลูกค้าชาวต่างประเทศมีจำนวนน้อย และนับเป็นความโชคดีที่ลูกค้าส่วนใหญ่ ร้อยละ 71.9 ไม่เคยประสบปัญหาในการใช้บริการ มีเพียงลูกค้าชาวต่างประเทศ ร้อยละ 37.0 ที่ประสบปัญหาบ้าง เช่น รู้สึกเจ็บ โดยเห็นว่าถูกนวดแรงเกินไปบ้าง บางคนพบว่าหมอนวดขาดประสบการณ์ นวดไม่ดี ไม่มีความรู้มากนัก เป็นต้น ซึ่งเป็นปัญหาของสถานประกอบการบางแห่งที่มีได้ส่งพนักงานไปอบรมอย่างทั่วถึง แต่ใช้วิธีการฝึกสอนกันเอง ทำให้ไม่ได้รับความรู้จากแหล่งวิชาการที่ถูกต้อง บางแห่งยังมีทำนวดพิเศษเป็นเอกลักษณ์ของกิจการ เช่น ทำแอนหลังคัดลำตัว แล้วกระตุก ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นท่าที่ค่อนข้างเสี่ยงมากต่อกระดูกสันหลัง หรือแม้แต่ท่ากระตุกข้อเข่า ซึ่งการปฏิบัติกับลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ควรให้ความระมัดระวังเพิ่มขึ้นเพราะอาจจะทำให้ลูกค้าบาดเจ็บได้

ตารางที่ 4.1.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งสำคัญที่สุดต่อธุรกิจการนวดแผนไทย

ตัวแปร	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความมีจิตใจเพื่อการบริการ	326	12.3	385	17.6	711	14.7
ความปลอดภัยของลูกค้า	319	12.1	367	16.8	686	14.2
ความชำนาญของหมอนวด	300	11.4	348	15.9	648	13.4
ความสะอาด	284	10.7	209	9.6	493	10.2
อัตราค่าบริการ	297	11.2	191	8.7	352	10.1
ความยากง่ายในการเข้าถึงจุดบริการ	166	6.3	186	8.5	488	7.3
การจัดบรรยากาศและตกแต่งสถานที่	215	8.1	107	4.9	322	6.7
มีบริการหลายอย่างให้เลือก	188	7.1	88	6.0	320	6.6
สิ่งอำนวยความสะดวก	195	7.4	132	4.0	283	5.9
บุคลิกภาพของหมอนวด	181	6.9	94	4.3	275	5.7
การเลือกใช้สมุนไพร	147	5.6	65	3.0	212	4.4
อื่น ๆ	24	0.9	16	0.7	40	0.8
รวม	2642	100.0	2188	100.0	4830	100.0

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าพบว่า ในภาพรวมลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เห็นว่าความมีจิตใจเพื่อให้บริการ ความปลอดภัยของลูกค้า และความชำนาญของหมอนวด เป็นสิ่งสำคัญของการบริการโดยคิดเป็นร้อยละ 14.7 , 14.2 และ 13.4 ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในเรื่องความมีจิตใจเพื่อให้บริการถึงร้อยละ 7.6 นอกจากนี้ก็ให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาด อัตราค่าบริการ ความยากง่ายในการเข้าถึง และการจัดบรรยากาศและตกแต่งสถานที่รองลงมาตามลำดับ

ตารางที่ 4.1.12 เหตุผลในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย

ตัวแปร	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	284	25.4	413	29.2	697	27.5
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	245	21.9	189	13.3	434	17.1
คิดใจวิธีการนวด	159	14.2	172	12.1	331	13.1
เป็นวิธีทางธรรมชาติ	173	15.5	108	7.6	281	11.1
ต้องการเข้าไปถึงเมืองไทยจริงๆ	17	1.5	260	18.4	277	10.9
ต้องนวดเพื่อแก้ไขความเจ็บป่วย	167	14.9	95	6.7	262	10.3
เป็นวิถีชีวิต(Life style)	55	4.9	94	6.6	149	5.9
อื่นๆ	19	1.7	85	6.0	104	4.1
รวม	1119	100.0	1416	100.0	2535	100.0

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าในด้านการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย พบว่าเหตุผลหลักโดยรวม ร้อยละ 27.5 ต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน รองลงมาคือ ร้อยละ 17.1 เป็นเรื่องค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงมาก ส่วนชาวต่างประเทศนั้นเป็นเรื่องที่ต้องการเข้าไปถึงเมืองไทยจริงๆ ถึงร้อยละ 18.4 แสดงว่าชาวต่างประเทศมีความต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการใช้บริการนวดแผนไทยจากต้นตำรับพอสมควรทีเดียว

ตารางที่ 4.1.13 ความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทย

ความพึงพอใจ	ชาวไทย		ชาวต่างประเทศ		ภาพรวม	
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	จำนวน	ค่าเฉลี่ย
1. ด้านบุคลากร						
1.1 ความเชี่ยวชาญในการนวด	426	4.2	372	4.2	798	4.2
1.2 กริยามารยาทของหมอนวด	425	4.5	373	3.7	797	4.1
1.3 การพูดจาและใช้ถ้อยคำ	426	4.2	372	3.6	798	3.9
1.4 ชุดแต่งกายของพนักงาน	427	4.3	373	3.7	800	4.0
1.5 ความยิ้มแย้มแจ่มใส	427	4.4	373	4.9	800	4.6
2. ด้านวิธีการนวด						
2.1 ความรู้สึกลดทอนภัยในการถูกนวด	427	4.0	373	4.0	800	4.0
2.2 ท่าทางในการนวด	427	4.0	373	4.0	800	4.0
2.3 ความรอบคอบของหมอนวด	427	4.1	373	4.1	800	4.1
2.4 การบีบ คัด ดึง อวัยวะ	427	4.0	373	4.0	800	4.0
2.5 การให้ข้อมูลระหว่างการนวด	426	4.1	372	3.1	798	3.7
3. ด้านการบริการ						
3.1 การต้อนรับ ดูแลและเอาใจใส่ลูกค้า	427	4.4	373	4.9	779	4.6
3.2 การให้คำปรึกษา	421	4.1	369	4.1	790	4.1
3.3 การบริการน้ำดื่มฟรี	422	3.9	371	2.4	793	3.2
3.4 บริการอื่น ๆ	421	4.0	369	2.9	790	3.5
4. ด้านสถานที่						
4.1 ความสะอาด และสุขอนามัย	424	4.2	371	4.2	795	4.2
4.2 สถานที่ตั้งเหมาะสม	427	4.3	373	4.0	800	4.2
4.3 ความกว้างขวางของห้อง/ พื้นที่ให้บริการ	426	3.9	373	3.7	799	3.8
4.4 มีห้องน้ำ ห้องสุขาพอเพียง	427	4.4	373	3.8	800	4.1
4.5 การตกแต่งบรรยากาศ	425	4.1	368	3.9	793	4.0
4.6 ความเป็นเอกลักษณ์ของไทย	425	3.9	372	4.1	797	4.0
4.7 ความเหมาะสมของแสงสว่าง	427	3.8	372	3.8	799	3.8
4.8 มีป้ายบอกทางชัดเจนและเข้าใจ	427	3.7	372	3.5	799	3.6

5. อุปกรณ์ในการนวด						
5.1 ขนาดของเตียงนวด	427	3.9	373	3.5	800	3.7
5.2 ผ้าปูเตียง	427	3.9	373	3.7	800	3.8
5.3 หมอนหนุน	426	4.3	372	3.2	798	3.8
5.4 ความปลอดภัยของอุปกรณ์	427	3.9	373	4.1	800	4.0
5.5 การใช้สมุนไพร	421	3.5	369	3.5	790	3.5
5.6 น้ำมันทาถูนวด	422	3.9	372	3.8	794	3.9
6. สิ่งอำนวยความสะดวก						
6.1 เสื้อผ้าสำหรับเปลี่ยน	426	3.8	372	3.8	798	3.8
6.2 รองเท้าสำหรับเปลี่ยน	425	4.0	373	2.8	798	3.5
6.3 ตู้เก็บของมีค่าของลูกค้า	426	4.2	372	3.6	798	3.9
6.4 ที่พักผ่อนหลังการนวด	427	4.0	373	3.3	800	3.7
6.5 พื้นที่รอกอย	427	3.7	373	3.8	800	3.8
6.6 มุมอ่านหนังสือ	426	3.5	373	3.8	799	3.6
6.7 มีการใช้เสียงเพลงหรือดนตรี	427	3.8	373	3.9	800	3.9
6.8 ห้องอาหาร	427	3.1	373	3.6	800	3.3
6.9 เครื่องดื่มสมุนไพร	414	3.3	373	3.6	787	3.4
6.10 ห้องออกกำลังกาย	427	3.8	373	3.1	800	3.5

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทย ซึ่งจัดองค์ประกอบในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพ ออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านวิธีการนวด ด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้คำถามรวมทั้งสิ้น 38 รายการ พบว่าลูกค้าชาวต่างประเทศจะให้ระดับความพึงพอใจค่อนข้างสูง (ตั้งแต่ระดับ 4.5 ขึ้นไป) ในเรื่อง ความยิ้มแย้มแจ่มใส การต้อนรับดูแลและเอาใจใส่ลูกค้า ส่วนลูกค้าชาวไทยมีเพียงเรื่องกิริยามารยาทของหมอนวดเท่านั้น

ในด้านภาพรวม ทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง (ระหว่าง 3.5 ถึง 4.4) ในองค์ประกอบในการให้บริการส่งเสริมสุขภาพของจังหวัด 38 รายการ ถึง 33 รายการและมีข้อที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือ ทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับสูงในเรื่องการต้อนรับดูแล และเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งจากการที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพูดคุยกับผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศโดยตรง ก็ได้ให้ข้อสรุปตรงกันว่า พวกเขามีโอกาสได้ใช้บริการมาหลายแห่งในประเทศแล้ว แต่มาประทับใจที่สุดก็คือการต้อนรับและเอาใจใส่ต่อลูกค้าด้วยลักษณะและวิธีการแบบไทย ซึ่ง

เขาบอกว่าชาติอื่น ๆ ไม่สามารถมาเทียบเคียงได้ โดยพนักงานคนไทยจะให้เกียรติลูกค้าอย่างมาก มีลักษณะและวิธีการแสดงออกที่นอบน้อม ให้ความรู้สึกลูกค้ามีเกียรติ มีความสำคัญ และต้องดูแลอย่างดีตลอดการให้บริการ

ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นเครื่องยืนยันความมั่นใจให้กับผู้ดำเนินกิจการบริการส่งเสริมสุขภาพของจังหวัด และของไทยได้อย่างดีว่าชาวต่างประเทศยอมรับ และลุ่มหลงในการต้อนรับ แบบอัครยาศัยไมตรี และการบริการแบบไทยซึ่งเป็นจุดขายที่จะสนับสนุนให้กิจการบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยไม่ว่าจะเป็นกิจการนวดแผนไทย กิจการสปา และกิจการเสริมสวย มีอนาคตที่สดใส และเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นและประเทศชาติพอสมควรคงเหลือเฉพาะส่วนที่ต้องร่วมกันรณรงค์ให้ผู้ประกอบการมีการรักษามาตรฐาน ควบคุม ดูแลกันเอง พยายามกำจัดกิจการที่มีบริการแอบแฝงและนอกกฎหมายโดยมุ่งหวังแต่ผลประโยชน์ระยะสั้นของตน แต่อาจกระทบถึงภาพพจน์ส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมให้ผลเสียหายได้

ตารางที่ 4.1.14 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าชาวไทย

1. ความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการและกิจการของการนวดแผนไทย	จำนวน	ร้อยละ
ควรคงความเป็นเอกลักษณ์ไทย	86	20.7
ควรแสดงใบประกาศการผ่านการอบรมของผู้นวด	79	19.0
ควรจดสิทธิบัตรการนวดให้เป็นของไทย	48	11.5
ควรเผยแพร่วิชาการเกี่ยวกับการนวดแผนไทยให้มากขึ้น	43	10.3
ควรควบคุมมาตรฐานราคา	38	9.1
ควรปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	30	7.2
มีความชำนาญและความรู้ในการนวดอย่างดี	20	4.8
ควรฝึกอบรมให้มากขึ้น	18	3.3
ควรเปิดบริการให้ครบวงจร	14	4.3
ต้องการให้รัฐเข้ามาดูแลให้มากขึ้น	9	2.1
สามารถบรรเทาอาการปวดและคลายเครียดได้จริง	9	2.1
ควรจัดให้มีกิจการแพร่หลายใกล้บ้าน	9	2.1
ควรให้ความรู้แก่ลูกค้าได้มากกว่านี้	8	1.9
ควรจัดสถานที่เฉพาะ	2	0.4
ควรส่งเสริมให้ใช้วัสดุจากธรรมชาติ	2	0.4
2. หอมนวดในอุดมคติ	จำนวน	ร้อยละ
มีความชำนาญและความรู้ในการนวดอย่างดี	90	25.7
มีความเป็นกันเอง พุดจาดี มีมนุษยสัมพันธ์	50	14.2
บุคลิกภาพดี	40	11.4

ตารางที่ 4.1.15 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าชาวต่างประเทศ

1. ความคาดหวังเกี่ยวกับการบริการและกิจการของการนวดแผนไทย	จำนวน	ร้อยละ
สามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้	60	21.3
การเต็มใจบริการ	50	17.7
บริการที่ดีเยี่ยม	40	14.2
ควรปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	31	11.0
ควรมีใบรับรองคุณภาพของสถานที่	30	10.6
ควรคงความเป็นเอกลักษณ์ไทย	20	7.1
มีสุขภาพดีหลังการนวด	20	7.1
ไม่ได้คาดหวัง แต่อยากลอง	15	5.3
ลดความรุนแรงในการบีบนวด	8	2.8
ควรฝึกอบรมให้มากขึ้น	7	2.4
2. หอมอบในอุดมคติ	จำนวน	ร้อยละ
เต็มใจบริการ	85	27.5
มีความเป็นกันเอง พุดจาดี มีมนุษยสัมพันธ์	60	19.4
มีความชำนาญและความรู้ในการนวดอย่างดี	52	16.8
ควรถามความต้องการลูกค้าก่อนการนวด	36	11.6
ซื่อสัตย์ในอาชีพ มีจรรยาบรรณ	31	10.0
สุภาพ มีมารยาท	14	4.5
บุคลิกภาพดี	11	3.5
ให้คำแนะนำหลังการนวด การดูแลสุขภาพ การนวดตนเอง	10	3.2
นวดด้วยความสำรวม นวดด้วยใจ ใจเย็น	8	2.5
นวดด้วยความระมัดระวัง	2	0.6
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจการนวดแผนไทย	จำนวน	ร้อยละ
ควรจัดประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น	56	19.1
ควรควบคุมมาตรฐานราคา	55	18.7
ควรจัดสถานที่ให้สะอาดและถูกสุขอนามัย	41	13.9
ควรลดราคาค่าบริการลง	40	13.6
ควรเน้นความปลอดภัยของลูกค้า	39	13.3
ควรตั้งอยู่ในโรงแรม	32	10.9
แสดงรายการและราคาอย่างชัดเจนที่หน้าร้าน	20	6.8
ควรมีหอมอบชายด้วย เพราะแข็งแรงดี	10	3.4

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจการนวดแผนไทย พบว่า ลูกค้ำชาวไทยคาดหวังว่าแต่ละสถานประกอบการ ควรคงความเป็นเอกลักษณ์ ควรแสดงใบประกาศการผ่านการอบรมของผู้นวด ควรจัดสิทธิบัตรการนวดให้เป็นของไทยควรเผยแพร่วิชาการเกี่ยวกับการนวดแผนไทยให้มากขึ้นควรควบคุมมาตรฐานราคาและควรพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ส่วนลูกค้ำชาวต่างประเทศคาดหวังในการสามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้ การบริการที่ดีเยี่ยม เต็มใจบริการ ลูกค้ำชาวไทยยังให้ความเห็นในเรื่องหมอนวดในอุดมคติว่า หมอนวดควรมีความชำนาญและความรู้ในการนวดอย่างดี มีความเป็นกันเอง พุดจาดี มีมนุษยสัมพันธ์ บุคลิกภาพดี เต็มใจบริการ ซื่อสัตย์ในอาชีพ มีจรรยาบรรณ แต่งกายสะอาด มีอนามัยดี ควรสอบถามประวัติลูกค้ำก่อนการนวด ให้คำแนะนำหลังการนวด การดูแลสุขภาพการนวดตนเอง มีความรับผิดชอบต่อลูกค้ำ และ ควรเพิ่มความสามารถทางด้านภาษา ส่วนลูกค้ำชาวต่างประเทศให้ความเห็นว่า หมอนวดในอุดมคติควรเต็มใจบริการ มีความเป็นกันเอง พุดจาดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีความชำนาญและความรู้ในการนวดอย่างดี ถามความต้องการลูกค้ำก่อนการนวด มีกิริยาสุภาพ มีมารยาท บุคลิกภาพดี ทำการนวดด้วยความสำรวม นวดด้วยใจ ใจเย็น ระวังระวัง ในด้านข้อเสนอแนะนั้น ลูกค้ำชาวไทยเสนอว่า ควรสนใจลูกค้ำคนไทยให้มาก ไม่ควรสนใจเฉพาะชาวต่างชาติ ควรเน้นเรื่องความปลอดภัยของลูกค้ำ ควรพัฒนาสูตรสมุนไพรใหม่ ไม่ควรเน้นแต่การค้ำกินไป ไม่ควรมีบริการอื่นแอบแฝง ควรจัดสถานที่ให้สะอาดและถูกสุขอนามัย ควรควบคุมมาตรฐานผู้นวดอย่างเคร่งครัด ส่วนลูกค้ำชาวต่างประเทศเสนอแนะว่า ควรจัดประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ควรควบคุมราคามาตรฐาน จัดสถานที่ให้สะอาดและถูกสุขอนามัย ลดราคาค่าบริการลง เน้นความปลอดภัยของลูกค้ำ สถานที่ตั้งควรอยู่ในโรงแรม แสดงรายการและราคาอย่างชัดเจน และควรมีหมอนวดชายด้วยเพราะแข็งแรงดี

ตอนที่ 4.2 ผลการศึกษาจากกลุ่มพนักงานนวด

ผลการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานนวดในกิจการที่มีบริการนวดแผนไทยจำนวน 100 คน พบข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 4.2.1 เพศและอายุ

เพศ/อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	4	4.0
หญิง	96	96.0
อายุ		
20 – 24 ปี	28	28.0
25 – 29 ปี	30	30.0
30 – 34 ปี	24	24.0
35 – 39 ปี	12	12.0
40 – 44 ปี	4	4.0
45 – 49 ปี	2	2.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าพนักงานนวด ร้อยละ 96.0 เป็นเพศหญิง และมีอายุระหว่าง 25-29 ปี ร้อยละ 30.0 รองลงมาอยู่ในกลุ่มอายุ 20 – 24 ปี และ 30 – 34 ปี ร้อยละ 28.0 และ ร้อยละ 24.0 ตามลำดับ ซึ่งถ้ารวมในกลุ่มอายุระหว่าง 20 – 34 ปี จะมีถึงร้อยละ 82.0

ตารางที่ 4.2.2 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาปีที่ 4	2	2.0
ประถมศึกษาปีที่ 6	20	20.0
มัธยมศึกษาปีที่ 3	36	36.0
มัธยมศึกษาปีที่ 6	10	10.0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	14	14.0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	16	16.0
ปริญญาตรี	2	2.0
รวม	100	100.0

พนักงานนวดมีระดับการศึกษาโดยจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ร้อยละ 36.0 รองมาร้อยละ 20.0 จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีร้อยละ 16.0

ตารางที่ 4.2.3 รายได้พนักงาน

รายได้	เงินเดือน	ร้อยละ	เงินพิเศษ	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	6	6.0	64	64.0
3,000 – 6,000 บาท	30	30.0	20	20.0
6,001 – 9,000 บาท	44	44.0	12	12.0
9,001 – 12,000 บาท	12	12.0	4	4.0
12,001 – 15,000 บาท	8	8.0	0	0.0
มากกว่า 15,000 บาท	0	0.0	0	0.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากการศึกษาพบว่าพนักงานร้อยละ 44.0 ได้รับเงินเดือนประมาณ 6,001 – 9,000 บาท และ ร้อยละ 64.0 มีเงินพิเศษจากค่าสินน้ำใจ อีกประมาณเดือนละ ไม่เกิน 3,000 บาท หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าพนักงานร้อยละ 56.0 ได้รับเงินเดือนประมาณ 6,000 – 12,000 บาท

ตารางที่ 4.2.4 ภูมิฐานะ

ภูมิฐานะ	จำนวน	ร้อยละ
ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย	54	54.0
ภาคอีสาน	24	24.0
ภาคกลาง	10	10.0
ภาคเหนือ	6	6.0
ภาคใต้	4	4.0
ภาคตะวันออก	2	2.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าพนักงานนวดร้อยละ 54.0 เป็นคนที่ท้องถิ่นคือขอนแก่น อุดรธานีและหนองคาย และ ร้อยละ 24.0 เป็นคนภาคอีสาน ร้อยละ 10.0 มาจากภาคกลาง แสดงว่าจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย นั้นเป็นเมืองที่ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ทำงานบริการอยู่ในพื้นที่เขตภาคของตนเอง

ตารางที่ 4.2.5 อายุการทำงานและประสบการณ์ทำงาน

อายุการทำงานในขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	8	8.0
1 – 5 ปี	42	42.0
6 – 10 ปี	30	30.0
มากกว่า 10 ปี	20	20.0
การทำงานนวดแผนไทยมาแล้ว		
น้อยกว่า 1 ปี	20	20.0
1 – 3 ปี	40	40.0
4 – 6 ปี	20	20.0
4 – 9 ปี	14	14.0
มากกว่า 9 ปี	6	6.0
รวม	100	100.0

จากตารางพบว่าพนักงานร้อยละ 50.0 เพิ่งเข้ามาทำงานในขอนแก่น อุดรธานีหรือหนองคาย ไม่เกิน 5 ปี โดยร้อยละ 40.0 มีประสบการณ์ในงานนวดนี้ เพียง 1-3 ปี รองลงมา คือ ร้อยละ 20.0 เพิ่งเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ไม่ถึงหนึ่งปี หมายความว่ากลุ่มคนเหล่านี้เพิ่งย้ายเข้ามาทำงานในจังหวัดดังกล่าว

การเติบโตของธุรกิจบริการสุขภาพที่มีทั้งกิจการสปา การนวดเพื่อสุขภาพและการนวดเพื่อเสริมความงาม การที่พนักงานมี ประสบการณ์เพียง 1-3 ปี ในธุรกิจนั้น นับว่ายังใหม่มากและต้องใช้เวลาในการเรียนรู้อีกไม่น้อย ส่วนพนักงานที่มีประสบการณ์ 4-6 ปี มีร้อยละ 20.0 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.2.6 ประสบการณ์ก่อนหน้า

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ร้านเสริมสวย	24	24.0
พนักงานนวด	14	14.0
พนักงานขายสินค้า	12	12.0
อาชีพส่วนตัว	10	10.0
ว่างงาน	10	10.0
เรียนหนังสือ	10	10.0
โรงงานอุตสาหกรรม	6	6.0
ร้านอาหาร	6	6.0
ทำสวน-ทำนา	6	6.0
โรงแรม	2	2.0
รวม	100	100.0

จากตาราง พบว่าก่อนมาเป็นพนักงานบริการนวด พนักงานเหล่านี้เป็นผู้ที่ทำงานที่ร้านเสริมสวยมาก่อนถึงร้อยละ 24.0 ที่เหลือเคยทำงานในกลุ่มอาชีพเรียงลำดับดังนี้ พนักงานนวด พนักงานขายสินค้า ว่างงาน เรียนหนังสือ อาชีพส่วนตัว โรงงานอุตสาหกรรม ร้านอาหาร ทำสวน ทำนาและทำงานโรงแรมมาก่อน ซึ่งจำเป็นที่ต้องรับการฝึกอบรมอย่างถูกต้อง

ตารางที่ 4.2.7 การผ่านการอบรม

การอบรม	จำนวน	ร้อยละ
หลักสูตรของกระทรวงสาธารณสุข	52	52.0
หลักสูตรของวัดโพธิ์	24	24.0
ฝึกกันเองในบริษัท	14	14.0
ไม่เคยอบรม	4	4.0
หลักสูตรอื่นๆ	6	6.0
รวม	100	100.0

จากตารางจะเห็นว่าพนักงานบริการนวดร้อยละ 52.0 ผ่านการอบรมจากหลักสูตรมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข รองลงมา ร้อยละ 24.0 ได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรของวัดโพธิ์ ซึ่งถือว่าเป็นหลักสูตรมาตรฐาน ส่วนที่เหลือรวมร้อยละ 24.0 ได้รับการฝึกจากการอบรมกันเองภายในบริษัท จากหลักสูตรอื่น ๆ และไม่เคยอบรมมาก่อนถ้ามองภาพรวมแล้วพบว่าพนักงานผ่านการฝึกอบรมจากหลักสูตรมาตรฐานที่กระทรวงสามารถรับรองมีร้อยละ 76 สำหรับผู้ที่ยังไม่ผ่านการอบรมจะต้องทำให้มีผู้ผ่านการอบรมจากหลักสูตรมาตรฐานให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และเพื่อสร้างความปลอดภัย และความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการต้องเป็นหน้าที่ของกระทรวง และผู้ประกอบการต้องเร่งปรับปรุง การฝึกอบรมกันเองภายในบริษัทเป็นการให้รุ่นพี่สอนรุ่นน้อง ทั้งนี้เพื่อการประหยัดเวลาและไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย การฝึกอบรมภายในกันเองอย่างนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสียคือ ในด้านประโยชน์นั้น บริษัทสามารถจัดการได้เอง ประหยัดทั้งงบประมาณ สามารถฝึกความเป็นผู้นำและทักษะการสอนงานให้แก่พนักงาน รวมถึงการฝึกการทำงานเป็นทีมที่ดี แต่ข้อเสียได้แก่ การขาดวุฒิบัตรหรือใบรับรองตามกฎหมายใหม่ ผู้สอนอาจไม่เชี่ยวชาญจริง จึงมีส่วนทำให้ผู้เรียนรับสิ่งผิด ๆ หรือเข้าใจคลาดเคลื่อนทำให้เกิดตำราจากหลายสำนัก ซึ่งนับเป็นปัญหาอันหนึ่งที่กระทรวงต้องเร่งแก้ไข ให้พนักงานต้องรู้จักแหล่งวิชาการหรือการฝึกที่เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญอย่างแท้จริง จะเป็นการฟื้นฟูและรักษาภูมิปัญญาทางการนวดแผนไทยของเราให้คงอยู่และเป็นของแท้ตลอดไป โดยพื้นฐานแล้วพนักงานจะต้องได้รับการอบรมจากหลักสูตรแท้ ๆ ของกระทรวงก่อน หลังจากนั้นเป็นเรื่องของแต่ละบริษัทที่จะอบรมภายในกันเองเพื่อปรับวิธีการบริการ หรือการนวด ที่ต้องการเน้นความเป็น เอกลักษณ์ของตน แต่ในส่วนนี้โดยกฎหมายฉบับใหม่ได้กำหนดชัดแล้วว่าแต่ละกิจการที่ขอใบอนุญาตจะต้องมีพนักงานที่ต้องผ่านการอบรมจากหลักสูตร ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงฯ แม้แต่ผู้ดำเนินกิจการหรือผู้ประกอบการก็ต้องผ่านการทดสอบตามข้อกำหนด

ตารางที่ 4.2.8 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและสภาพการทำงาน

รายการ	ค่าเฉลี่ย
พอใจกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน	3.9
มีเพื่อนร่วมงานที่ดี	3.7
ได้รับการเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ	3.7
ได้รับการดูแลจากนายจ้างอย่างดี	3.7
บริษัทมีความมั่นคง	3.6
จำนวนชั่วโมงในการทำงาน	3.6
พอใจกับรายได้	3.5
ความรู้และประสบการณ์เพียงพอกับการทำงาน	3.5
งานที่ทำอยู่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	2.2
สภาพการทำงานแออัดเกินไป	2.0

จำนวนชั่วโมงทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
6-8 ชั่วโมง	64	64.0
9-11 ชั่วโมง	24	24.0
12-14 ชั่วโมง	10	10.0
15-17 ชั่วโมง	2	2.0
รวม	100	100.0

จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริการมีความพึงพอใจกับงานที่ทำอยู่ ในระดับค่อนข้างมาก รวมถึงด้านต่าง ๆ เช่น เพื่อนร่วมงาน การเพิ่มพูนความรู้ ความมั่นคงของบริษัท การดูแลจากนายจ้าง จำนวนชั่วโมงในการทำงาน รายได้ และความรู้และประสบการณ์เพียงพอกับการทำงาน เพราะมีค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ระดับ 3.50 ขึ้นไป และส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรำคาญที่ทำงานเป็นอันตรายต่อสุขภาพ รวมถึงสภาพการทำงานก็ไม่แออัดเกินไป โดยพนักงานบริการ ร้อยละ 64 ทำงานวันละ 6-8 ชั่วโมง ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 24.0 และ ร้อยละ 10 ทำงานวันละ 9-11 ชั่วโมง และ 12-14 ชั่วโมง ตามลำดับ และผู้วิจัยได้ทดลองเข้าไปใช้บริการและการติดตามไปกับคณะกรรมการประเมินกิจการสาขาของจังหวัดขอนแก่น อุตรธานี และหนองคาย พบว่า ลักษณะการทำงานของพนักงานนวด จะต้องออกกำลังกายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง มือ แขน และกระดูกสันหลังที่ต้องใช้การประสานกันของกล้ามเนื้อไปสู่อวัยวะและอวัยวะต่าง ๆ ของลูกค้ายิ่ง ต้องใช้กำลังงานอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงไทยร่างกายไม่ได้ใหญ่โตมาก แต่ต้องให้บริการนวดฟรังร่างกายใหญ่โต ก็ต้องมีปัญหาในการทำงานอยู่มาก เพราะโดยหลักสรีระวิทยาแล้ว กล้ามเนื้อผู้หญิงจะมีโครงสร้างที่ไม่แข็งแรงเท่าผู้ชาย ประการต่อมาคือ เมื่อทำงานมากใช้พลังงานมากจากผู้หญิง ตัวเล็ก ๆ ก็จะเริ่มมีสัดส่วนหนาขึ้น เพราะต้องรับประทานมากขึ้น ภายหลังการทำงานเพียงไม่กี่ครั้งปี พนักงานนวดจะเพิ่มน้ำหนักตัวกันเป็นส่วนมาก

ในด้านประสบการณ์และความรู้ในการทำงานนั้น พนักงานนวดส่วนใหญ่ เห็นว่าตนเองมีความรู้เพียงพอกับการทำงาน ซึ่งก็เป็นไปตามที่บริษัทต้องการ แต่ในทางที่ควรจะเป็นนั้นพนักงานจะต้องได้รับการทดสอบทั้งในด้านทักษะการนวด ความรู้ทางอาชีพ และทักษะในการบริการ รวมถึงภาษาเพื่องานบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยควรจะมีการทดสอบทุก 1-2 ปี เพื่อเป็นการกระตุ้นและรักษามาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

ทางด้านสภาพสถานที่ทำงานซึ่งตามผู้วิจัยได้ร่วมสังเกตการณ์พบว่า กิจการเหล่านี้ยังมีบางส่วนที่ดัดแปลงอาคารที่พักอาศัยมาเป็นสถานบริการ ทำให้การจัดพื้นที่การบริการไม่ได้มาตรฐาน และยังรวมไปถึงความปลอดภัยของการใช้อาคารและไม่ได้เตรียมทางหนีไฟหรือประตูทางออกอื่นไว้ ด้านห้องพักพนักงานนั้นส่วนใหญ่ก็จะจัดไว้เพียงห้องเดียวซึ่งจะค่อนข้างแออัดและไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก เพราะเป็นส่วนที่มีค่าใช้จ่ายสูงก็มักจะอยู่ในสภาพที่ไม่น่าดู ซึ่งผู้วิจัยกลับมองว่า การดูแลพนักงานให้มีความสุขกำลังใจในการทำงานที่ดีย่อมจะมีผลไปสู่การบริการที่ดีมีคุณภาพ

ตารางที่ 4.2.9 สวัสดิการที่ได้รับ

สวัสดิการที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
ชุดแต่งกาย	42	84.0
อาหาร	30	60.0
ที่พัก	29	58.0
ประกันสังคม	25	50.0
การประกันอุบัติเหตุ	17	34.0
เงิน โบนัส	10	20.0
รถรับส่ง	9	18.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางจะเห็นว่า แต่ละกิจการมีการจัดสวัสดิการให้กับพนักงานตามสมควร โดยสวัสดิการหลักที่จัดให้ได้แก่ชุดแต่งกายร้อยละ 84.0 และอาหารร้อยละ 60.0 รองลงมาคือด้านที่พักและประกันสังคม ร้อยละ 58.0 และ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.10 ความต้องการสวัสดิการเพิ่ม

ความต้องการสวัสดิการเพิ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเพิ่ม	70	70.0
เพียงพอแล้ว	30	30.0
รวม	100	100.0
ต้องการสวัสดิการเพิ่มทางด้าน		
ค่าชั่วโมง	16	16.0
ที่พัก	16	16.0
โบนัส	16	16.0
ประกันสังคม	14	14.0
ประกันอุบัติเหตุ	14	14.0
รถรับส่ง	10	10.0
อาหาร	10	10.0
ที่นั่งพักพนักงาน	4	4.0
รวม	100	100.0

จากการศึกษาพบว่าพนักงานบริการยังต้องการเรียกร้องสวัสดิการเพิ่มจากนายจ้างถึงร้อยละ 70.0 โดยมีรายการต่าง ๆ ที่สำคัญเรียงตามลำดับคือ ค่าชั่วโมง ที่พัก โบนัส และประกันสังคม แสดงว่าใน

ความคิดเห็นของพนักงานยังรู้สึกว่ายี่ห้อควรเพิ่มสวัสดิการให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องค่า ชั่วโมง

ตารางที่ 4.2.11 เหตุผลที่ยังทำงานในกิจการนี้

เหตุผลที่ยังทำงานในกิจการนี้	ลำดับ 1	ลำดับ 2	ลำดับ 3
รายได้ดี	55.0	9.0	7.0
ได้รู้จักกับนักท่องเที่ยว	13.0	22.0	21.0
ชอบงานบริการ	15.0	15.0	15.0
นายจ้างดูแลดี	6.0	9.0	8.0
มีเพื่อนร่วมงานที่ดี	7.0	27.0	29.0
ไม่ระบุ	4.0	18.0	20.0
รวม	100.0	100.0	100.0

จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานได้ให้เหตุผลที่ยังทำงานในกิจการนี้ โดยเลือกเหตุผลลำดับ 1-3 เป็นเพราะ มีรายได้ดี ได้รู้จักนักท่องเที่ยว ชอบงานบริการ และการมีเพื่อนร่วมงานดี คิดเป็นร้อยละ 55.0 ร้อยละ 22.0 ร้อยละ 15.0 และร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

การมีรายได้ดีทำให้มีคนสนใจเข้าสู่อาชีพมาก แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีอัตราการหมุนเวียน หรือ การย้ายงานค่อนข้างสูง เพราะธุรกิจบริการสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการสปา กำลังเจริญเติบโตอย่างมาก พนักงานคนใดที่เป็นที่ถูกใจของลูกค้าหรือสามารถพัฒนาฝีมือได้ดี จะถูก “ลูด” ไปทันที ส่วนลูกค้าชาวต่างประเทศที่ประทับใจในการบริการและฝีมือการนวดของหมอนวดคนใด ก็มักจะชวนเชิญให้ไปทำงานในต่างประเทศทันที โดยเสนอเงินเดือนค่าจ้าง บ้าน และสวัสดิการต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการไหลออกของหมอนวดฝีมือดีไปต่างประเทศจำนวนมาก

มีเหตุผลที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งในอาชีพนี้ คือ เป็นโอกาสได้รู้จักนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปใช้บริการเสมือนเป็นลูกค้าปกติและได้พูดคุยกับพนักงาน จะมีพนักงานที่ถูกค้าชาวต่างประเทศประทับใจและชวนไปทำงานต่างประเทศ และในจำนวนนี้มีถึงร้อยละ 30 ที่ได้แต่งงาน กับชาวต่างประเทศที่เคยมาใช้บริการแต่บางรายก็อาจจะประสบปัญหาในการขอใบอนุญาตประกอบอาชีพในประเทศนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละแห่ง ที่สำคัญ คือ ใบรับรองหรือวุฒิบัตรของไทยเราซึ่งพนักงานนั้นมีอยู่ ไม่สามารถใช้ได้ในต่างประเทศ ที่รู้สึกแย่มากกว่านั้น คือ เราไปประกอบอาชีพนวดแผนไทย แต่ต้องไปทดสอบเพื่อรับใบประกอบอาชีพหรือใบอนุญาตทำงานในต่างประเทศ ทั้ง ๆ ที่ การนวดแผนไทยซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยนั้น กลับต้องมีผู้อื่นที่ไม่ใช่ต้นตำรับมาเป็นผู้ประเมินเพื่อเข้าสู่อาชีพ จึงต้องเป็นหน้าที่ของรัฐที่ต้องประสานความร่วมมือในส่วนนี้ หรือทำอย่างไรให้ใบรับรองอาชีพของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ตารางที่ 4.2.12 ประสิทธิภาพในการทำงานผิดพลาด

ประสิทธิภาพในการทำงานผิดพลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยผิดพลาด	50	50.0
เคยผิดพลาด	46	46.0
ไม่ระบุ	4	4.0
รวม	100	100.0
รายการที่เคยผิดพลาด		
มาสาย	21	38.2
มีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า	15	27.3
เครื่องแต่งกาย	6	10.9
ทะเลาะกับเพื่อน	4	7.3
พูดจาไม่สุภาพ	3	5.4
ความสะอาด	2	3.6
เรื่องอื่น ๆ	4	7.3
รวม	55	100.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการสอบถามพนักงานในเรื่องความผิดพลาดในการทำงานพบว่า ร้อยละ 50.0 ไม่เคยผิดพลาด และที่เคยผิดพลาดก็มีถึงร้อยละ 46.0 ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันมาก บ่งชี้ว่าในการทำงานปกติของพนักงานเหล่านี้มีเรื่องไม่สบายใจให้กับฝ่ายบริหารที่ต้องตามแก้ปัญหาเป็นประจำส่วนรายละเอียดของความผิดพลาดในการทำงานเรียงตามลำดับ ได้แก่ การมาสาย การมีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า เครื่องแต่งกาย และการทะเลาะกับเพื่อนร่วมงาน

ผู้วิจัยพบว่าการมีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า คือ การสื่อสารที่ไม่เข้าใจกันให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาต่างประเทศ คือ ต่างฝ่ายต่างไม่เข้าใจชัดเจนในความต้องการ ทำให้ บางครั้งเกิดปัญหาในขณะบริการรองลงมาก็คือปัญหาในเรื่องการล่วงเกินทางเพศจากลูกค้าเพศชายซึ่งพนักงานνωมดักถูกลวนลาม หรือมีการพูดต่อรองในเรื่องการขอร่วมประเวณีซึ่งบริษัทแต่ละแห่งก็มีข้อปฏิบัติชัดเจนสำหรับพนักงาน คือ ถ้าลูกค้าลวนลามหรือมีพฤติกรรมที่เริ่มส่อไปในทางไม่ดี ให้พนักงานสามารถเตือนลูกค้าให้หยุดการกระทำนั้น ถ้าหากลูกค้ายังทำเป็นครั้งที่สอง ก็ให้พนักงานยุติการให้บริการ และแจ้งหัวหน้าหรือผู้จัดการ เพื่อแจ้งลูกค้าถึงการกระทำที่ไม่เหมาะสมรวมถึงนโยบายของบริษัท แล้วเชิญลูกค้าออกจากบริษัท โดยไม่ต้องคืนเงินค่าบริการ

ในเรื่องนี้นั้นผู้วิจัยเห็นว่า ลักษณะงานบริการในสปา ซึ่งได้จัดห้องแยกเป็นสัดส่วนให้ มีการจัดบรรยากาศที่รู้สึกผ่อนคลาย และเมื่อมีผู้หญิงมาให้บริการนวดจึงเป็นเรื่องปกติตามหลักสรีระวิทยา

และจิตวิทยา ที่ต้องเกิดความต้องการทางเพศ แต่การระงับได้นั้นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งลูกค้าบางรายอาจจะลองที่เล่นที่จริงกับพนักงาน เพราะก็ได้ข่าวจากเพื่อนว่าบริการทางเพศในเมืองไทยสามารถหาได้ไม่ยากลูกค้าบางรายจึงทำไปเพราะมีโอกาสตามที่ตนต้องการ เรื่องเกินเลยจากที่กฎหมายกำหนด จึงมักเกิดขึ้นในแหล่งที่ผู้จัดการไม่ตั้งใจเข้มงวด หรือต้องการแสวงหารายได้พิเศษเพิ่มเติม เพราะอาจมีรายได้ดีกว่าการนวดแบบปกติ ซึ่งผู้ดำเนินการบางแห่งที่ยังคงมีบริการแอบแฝงเหล่านี้ ควรลดประโยชน์ส่วนตนและมองเห็นประโยชน์ในภาพรวมทั้งของธุรกิจ อุตสาหกรรมและภาพรวมของประเทศ

ตารางที่ 4.2.13 ความพอใจในอาชีพและลักษณะงานที่ต้องการเลือกทำ

ประเภทงานถ้ามีโอกาสเลือก	จำนวน	ร้อยละ
อยากเปลี่ยนงาน	52	52.0
พอใจงานนี้อยู่แล้ว	44	44.0
ไม่ระบุ	4	4.0
รวม	100	100.0
งานที่อยากเลือกทำ		
กิจการส่วนตัว	34	65.4
ร้านเสริมสวย	8	15.3
ร้านอาหาร	4	7.7
โรงแรม	2	3.9
อื่น ๆ	4	7.7
รวม	52	100.0

จากการสอบถามพนักงานถึงความพอใจในอาชีพ และลักษณะงานที่ต้องการเลือกทำ หากมีโอกาสที่จะเลือกนั้น พนักงานถึงร้อยละ 52 มีความต้องการเปลี่ยนงาน โดยต้องการเปิดกิจการส่วนตัวถึงร้อยละ 65.4 ย่อมแสดงว่าในส่วนลึกของการทำงานในอาชีพบริการนี้ พนักงานยังไม่มีความสุขกับการทำงานมากนัก อาจจะแปลความได้ว่า การเป็นผู้รับใช้ หรือบริการผู้อื่นมานานแล้ว ถึงจุดหนึ่งก็ต้องการจะเป็นอิสระ หรือเป็นนายของตนเอง ไม่ต้องการให้ใครมากำหนดชีวิตของตนอีก หรืออาจจะเป็นเพราะลักษณะของงานบริการซึ่งโดยทั่วไปแล้ว พนักงานจะถูกปลูกฝังให้ระมัดระวังตนตลอดเวลาที่ทำงาน จึงค่อนข้างจะไม่มีความเป็นธรรมชาติหรือความเป็นส่วนตัวมากนัก จึงไม่มีความเป็นอิสระในการทำงานเท่าที่ควร

ตอนที่ 4.3 ผลการศึกษาจากกลุ่มผู้จัดการ

เนื่องจากกฎหมายฉบับใหม่ได้แบ่งกลุ่มกิจการส่งเสริมสุขภาพออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กิจการสปา กิจการนวด เพื่อสุขภาพ และกิจการนวดเสริมสวย ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาตามลักษณะกลุ่มดังกล่าว ผลการสอบถามผู้จัดการ จำนวน 40 คน จากกิจการสปา 10 แห่ง และกิจการนวด 25 แห่ง และจากกิจการเสริมสวย 5 แห่ง พบว่า

ตารางที่ 4.3.1 เพศ และ อายุของผู้จัดการ

เพศ	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
ชาย	11.0	35.0	25.0	23.6
หญิง	89.0	65.0	75.0	76.4
อายุ	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
25-29 ปี	0.0	5.0	26.0	10.4
30-34 ปี	25.0	28.0	44.0	32.3
35-39 ปี	42.0	22.0	10.0	24.6
40-44 ปี	21.0	18.0	5.0	14.7
45-49 ปี	12.0	24.0	14.0	16.7
50-54 ปี	0.0	3.0	1.0	1.3
ตั้งแต่ 55 ปี	0.0	0.0	0.0	0
รวม	100.0	100.0	100.0	100

ในภาพรวมผู้จัดการร้อยละ 76.4 เป็นเพศหญิง ด้านอายุนั้น ผู้จัดการสปา ร้อยละ 42.0 มีอายุระหว่าง 35-39 ปี ส่วนผู้จัดการกิจการนวดและผู้จัดการเสริมสวย ร้อยละ 28.0 และร้อยละ 44.0 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 30-34 ปี แต่ถ้ามองในภาพรวมในกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป ก็จะรวมเป็นร้อยละ 89.6 แสดงว่าผู้จัดการในกิจการส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น อุรธานี และหนองคาย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.3.2 รายได้ของผู้จัดการ

ระดับเงินเดือน	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย
5,001-10,000 บาท	1.0	23.0	49.0
10,000-15,000 บาท	7.0	38.0	15.0
15,001-20,000 บาท	20.0	7.0	25.0
20,001-25,000 บาท	15.0	15.0	11.0
25,001-30,000 บาท	39.0	12.0	0.0
มากกว่า 30,000 บาท	18.0	5.0	0.0
รวม	100.0	100.0	100.0

เนื่องจากลักษณะกิจการและมูลค่าการลงทุนมีความแตกต่างกันจึงขอแยกเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มกิจการโดยผู้จัดการสปา ร้อยละ 39.0 มีเงินเดือนระหว่าง 25,001 - 30,000 บาท ส่วนผู้จัดการกิจการนวด ร้อยละ 38.0 มีเงินเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท และผู้จัดการกิจการเสริมสวยร้อยละ 49.0 มีระดับเงินเดือนคือ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ถ้าพิจารณาชั้นเริ่มของเงินเดือนนั้นจะเห็นว่ากิจการสปาจะจ้างผู้จัดการด้วยอัตราเงินเดือนเริ่มต้นสูงกว่ากิจการนวด และกิจการเสริมสวย

ตารางที่ 4.3.3 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21.0	78.0	79.0
ปริญญาตรี	68.0	22.0	21.0
ปริญญาโท	11.0	0.0	0.0
สูงกว่าปริญญาโท	0.0	0.0	0.0
รวม	100.0	100.0	100.0

จากตารางจะพบว่า ผู้จัดการสปาร้อยละ 68 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ร้อยละ 11 ส่วนผู้จัดการกิจการนวดและกิจการเสริมสวย ร้อยละ 78 และ 79 ตามลำดับ จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และไม่มีผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทเลย จึงสรุปได้ว่ากลุ่มผู้จัดการกิจการ สปาจะมีพื้นฐานการศึกษาคือสูงกว่าอีกสองกลุ่ม

ตารางที่ 4.3.4 อายุการทำงานในขอนแก่นและประสบการณ์ทำงาน

อายุการทำงานในขอนแก่น, อุดรธานี หนองคาย	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
น้อยกว่า 1 ปี	8.0	0.0	0.0	2.7
1-5 ปี	30.0	45.0	50.0	41.7
6-10 ปี	42.0	25.0	25.0	30.6
มากกว่า 10 ปี	20.0	30.0	25.0	25.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0
ประสบการณ์ในธุรกิจนี้	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
น้อยกว่า 1 ปี	30.0	13.0	0.0	14.3
1-3 ปี	47.0	29.0	70.0	48.7
4-6 ปี	23.0	20.0	20.0	21.0
7-9 ปี	0.0	8.0	10.0	6.0
มากกว่า 9 ปี	0.0	30.0	0.0	10.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

จากการศึกษาพบว่า ผู้จัดการสปาร้อยละ 42.0 ได้ทำงานอยู่ในขอนแก่น อุดรธานีหรือหนองคาย มาแล้ว 6-10 ปี จึงเข้าสู่ธุรกิจสปา และร้อยละ 30.0 เพิ่งทำงานในสปาเพียง 1-5 ปี แสดงว่าได้ย้ายเข้ามาในจังหวัดดังกล่าวโดยมีอาชีพอื่นก่อน เมื่อมีโอกาสเปลี่ยนงานจึงเข้ามาทำงานในกิจการสปา ส่วนผู้จัดการในกิจการนวดร้อยละ 45.0 ทำงานอยู่ในขอนแก่น อุดรธานี หรือหนองคาย ไม่น้อยกว่า 5 ปี ในส่วนของการทำธุรกิจการนวด ร้อยละ 30.0 ทำธุรกิจนวดมานานกว่า 9 ปี แสดงว่ากลุ่มผู้จัดการ สปา มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มกิจการนวด โดยภาพรวมผู้จัดการทั้งสามกลุ่มเหล่านี้ ร้อยละ 48.7 มีประสบการณ์เพียง 1-3 ปี รองลงมา มีประสบการณ์ 4-6 ปี ร้อยละ 21.0

ตารางที่ 4.3.5 การจัดบริการ

บริการที่มี	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย
นวดแผนไทย	100.0	98.0	65.0
นวดน้ำมัน	100.0	80.0	75.0
นวดฝ่าเท้า	93.0	85.0	60.0
นวดใบหน้า	60.0	5.0	75.0
อ่างน้ำวนนวดตัว (Jacuzzi)	80.0	0.0	0.0
อบประคบ	39.0	5.0	0.0
อบไอน้ำ	67.0	0.0	1.0
หมักโคลน	53.3	10.0	50.0
พอกตัว	34.0	0.0	0.0
ขัดผิว	87.0	10.0	80.0

จากตารางจะเห็นว่า แต่ละกิจการมีบริการที่แตกต่างกัน โดยกิจการสปาจำนวนมากว่าครึ่ง จะมีบริการนวดแผนไทย นวดน้ำมัน นวดฝ่าเท้า ขัดผิว อ่างน้ำวนนวดตัว อบไอน้ำ นวดใบหน้า หมักโคลน ส่วนในกิจการนวดและกิจการเสริมสวย มากกว่าร้อยละ 85.0 จะมีบริการหลักคือ นวดแผนไทย นวดน้ำมัน นวดฝ่าเท้า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าเป็นลักษณะของกิจการสปาที่มีการบริการที่หลากหลายมากกว่าอีกสองกลุ่มกิจการ และบางแห่งจะมีบริการที่หลากหลายมากกว่านี้

ตารางที่ 4.3.6 ความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง

รายการ	มาก	ปานกลาง	น้อย
บริการดี	64.0	21.0	6.0
พนักงานบริการ	53.0	34.0	6.0
ประสบการณ์	48.0	38.0	5.0
ทำเล	46.0	39.0	7.0
เงินทุน	16.0	49.0	21.0
ราคา	12.0	59.0	15.0
การโฆษณา	12.0	52.0	23.0
มีหลายสาขา	9.0	45.0	28.0

จากตารางจะเห็นว่าผู้จัดการในกิจการเหล่านี้มีความเห็นเรื่องความได้เปรียบทางธุรกิจต่อคู่แข่ง รัดับมากในด้านปัจจัยต่าง ๆ เรียงลำดับ คือ ด้านบริการที่ดีกว่า ด้านพนักงานบริการ ด้านประสบการณ์

ในธุรกิจ และ ด้านทำเลที่ตั้งของกิจการ ส่วนในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ ด้านราคา ด้านการโฆษณา ด้านเงินทุน ด้านจำนวนสาขา และด้านทำเลที่ตั้งของกิจการ

ตารางที่ 4.3.7 ผลกระทบจากจำนวนกิจการเพิ่ม

ผลกระทบ	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
ส่วนแบ่งตลาดลด	34.0	50.0	76.0	59.0
ชื่อเสียงดีขึ้น	44.0	5.0	48.0	32.3
กลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่ม	51.0	18.0	25.0	31.3
ยอดขายลด	7.0	53.0	24.0	28.0
กำไรลด	14.0	30.0	26.0	23.3
กำไรดีขึ้น	7.0	1.0	0.0	2.7
ลดราคากันเอง	7.0	0.0	0.0	2.3
ไม่มีผล	0.0	6.0	0.0	2.0

การที่จำนวนกิจการบริการสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หรือหนองคาย เพิ่มขึ้นผู้จัดการมีความเห็น ในด้านผลกระทบว่าในภาพรวมส่วนแบ่งตลาดลดลง แต่ถ้าเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มกิจการนั้น ผู้จัดการกิจการนวดร้อยละ 53.0 เห็นว่ายอดขายลดลงในขณะที่ผู้จัดการสปาร้อยละ 51.0 เห็นว่าจะมีกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ส่วนกิจการเสริมสวยร้อยละ 76.0 ก็เห็นว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเช่นกัน เหมือนกับภาพรวม ในขณะเดียวกันทั้งผู้จัดการกิจการสปา และกิจการเสริมสวยยังเห็นว่า การมีธุรกิจสุขภาพเกิดขึ้นมากไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจของตน และยังเห็นว่าทำให้ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธุรกิจดีขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ในปัจจุบันด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น กิจการบริการสุขภาพหลายแห่ง มีการทำการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยมีทั้งที่สร้าง Webpage ของบริษัทขึ้น เพื่อใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อและโฆษณา รวมทั้งการขายตรง ซึ่งทำให้ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายเรื่องโฆษณาและเรื่องอื่น ๆ ได้อย่างมาก อีกทั้งยังสามารถติดต่อลูกค้าได้โดยตรงอีกด้วย

ตารางที่ 4.3.8 กลยุทธ์ในการปรับตัวทางธุรกิจ

วิธีการ	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
รักษามาตรฐานเดิม	54.0	76.4	27.0	52.5
สร้างความแตกต่างในด้านสินค้าและบริการ	62.0	33.6	28.0	41.2
ปรับปรุงบริหารจัดการ	25.0	40.0	51.5	38.8
สร้างพันธมิตร	27.0	13.0	24.5	21.5
ลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย	21.0	5.5	26.0	17.5
การเปิดรับสมาชิก	14.0	6.0	26.0	15.3
เพิ่มโฆษณาประชาสัมพันธ์	7.0	12.5	25.0	14.8
เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการขาย	27.0	6.0	1.0	11.3
ขยายกิจการ/บริการให้มากขึ้น	14.0	8.0	2.0	8.0
ขยับเรียกลูกค้ามากขึ้น	0.0	6.0	0.0	2.0
กิจการชบเซา	7.0	0.0	0.0	2.3

* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากผลการศึกษาพบว่า จากการที่มีจำนวนกิจการบริการสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นเพิ่มขึ้น ผู้จัดการแต่ละกิจการจำเป็นต้องมีการปรับตัวโดยอาศัยกลยุทธ์ทางด้านต่าง ๆ โดยในภาพรวมร้อยละ 52.5 มีความเห็นว่าจะต้องรักษามาตรฐานให้คงอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มผู้จัดการกิจการนวดซึ่งมีถึงร้อยละ 76.4 แต่ในกลุ่มผู้จัดการกิจการสปาร้อยละ 62.0 มีความเห็นว่าจะต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ส่วนผู้จัดการกิจการเสริมสวยร้อยละ 51.5 มีความเห็นว่าจะต้องปรับปรุงการบริหารกิจการให้ดีขึ้น

ตารางที่ 4.3.9 กลยุทธ์ในการรักษามาตรฐานพนักงาน

วิธีการ	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
ส่งพนักงานไปอบรม	47.5	71.5	76.0	65.0
ฝึกอบรมกันเองในบริษัท	67.0	69.0	51.0	62.3
ตรวจการทำงาน	74.5	54.5	52.5	60.5
ทำคู่มือปฏิบัติงาน	348.0	1.5	30.5	26.7
เชิญครูฝึกจากภายนอก	5.0	11.0	26.0	24.0
การพาไปดูงาน	20.0	3.0	27.0	16.7
ตรวจสอบภาพประจำปี	1.0	6.5	1.5	3.0
กระตุ้นโดยใช้สวัสดิการและค่าตอบแทน	7.5	0.0	1.0	2.8

จากตารางจะเห็นว่ากลยุทธ์ในการรักษามาตรฐานพนักงานจะเห็นว่าผู้จัดการส่วนใหญ่ในภาพรวม มีวิธีการที่ค่อนข้างคล้ายกันคือ จะใช้ทั้งการส่งพนักงานไปอบรมตามโอกาสต่าง ๆ และ การฝึกอบรมกันเอง ภายในบริษัท โดยคิดเป็นร้อยละ 65.0 และ 62.3 ตามลำดับ

นอกจากนี้จะใช้กลยุทธ์การตรวจการทำงานของพนักงานแต่จะสังเกตว่าในกิจการสปาจะเข้มข้นกว่า คือ มีถึงร้อยละ 74.5 ซึ่งมากกว่ากลยุทธ์การฝึกอบรมกันเอง สำหรับการส่งพนักงานไปอบรมนั้นทั้งกิจการนวดและกิจการเสริมสวยโดยเฉลี่ยร้อยละ 73.75 จำเป็นต้องส่งเข้าอบรมตามนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อการเร่งรัดมาตรฐานทั้งทางด้านธุรกิจและบุคลากร อีกประการหนึ่งคือ กลยุทธ์การทำคู่มือปฏิบัติงาน ซึ่งจะเห็นว่ากิจการสปาจะใช้กลยุทธ์นี้มากกว่ากิจการอีกสองกลุ่มเพราะมีรายละเอียดของการบริการมากกว่า ซึ่งจำเป็นต้องมีรักษามาตรฐานแบบเดียวกันตลอดโดยใช้คู่มือและแบบฝึกเดียวกัน

โดยทั่วไปแนวความคิดทางการตลาดจะเน้นเป้าหมายที่ลูกค้า คู่แข่ง และกระบวนการ แต่แนวความคิดของการตลาดสมัยใหม่ จะเน้นความสำคัญของการจัดกิจกรรมพัฒนาพนักงานไปพร้อม ๆ กับการจัดกิจกรรมทางการตลาดซึ่งถือเป็นเรื่องภายนอก โดยทั้งสองส่วนจะสนับสนุนและส่งเสริมซึ่งกันและกัน อย่างต่อเนื่อง กิจการสปาจัดอยู่ในตลาดสินค้าบริการ การจะสร้างให้เกิดความได้เปรียบนั้นผู้จัดการจะต้องให้ความสำคัญและมองเห็นคุณค่าของพนักงาน โดยผู้จัดการต้องปรับแนวคิดใหม่เพื่อเปรียบเทียบว่า “งานคือสินค้า” และ “พนักงานคือลูกค้า” เมื่อฝ่ายบริหารหรือผู้จัดการปฏิบัติดีต่อพนักงานเหมือนเช่นปฏิบัติต่อลูกค้าจะส่งผลต่อเนื้องให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพไปถึงลูกค้า

ตารางที่ 4.3.10 การปฏิบัติตามกฎหมาย

วิธีการ	กิจการสปา	กิจการนวด	เสริมสวย	ภาพรวม
หน้าที่และความรับผิดชอบ	30.0	31.0	7.5	68.5
ผู้ดำเนินการ/ผู้ประกอบการ	21.0	14.0	11.0	46.0
ผู้ให้บริการ	14.0	12.0	18.0	44.0
สถานที่	15.0	21.0	7.0	43.0
การบริการ	6.5	3.5	27.5	37.5
ความปลอดภัย	4.5	5.5	5.1	15.1
เวลาเปิดปิด	6.0	1.0	1.0	8.0
ปฏิบัติตามไม่ยาก	5.0	1.5	0.0	6.5
มาตรฐาน Spa product	1.5	0.0	0.0	1.5

จากการศึกษาในด้านความยากลำบากในการปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฯ ซึ่งเป็นกฎหมายใหม่นั้น ผู้จัดการในภาพรวมมีความเห็นว่า หน้าที่และความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่ปฏิบัติตามได้ยากที่สุด รองลงมาเป็นด้านมาตรฐานของสถานที่ มาตรฐานผู้ให้บริการ และมาตรฐานผู้ดำเนินการหรือ

ผู้ประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า เป็นเรื่องของการเริ่มต้นปฏิบัติตามกฎหมายที่ยังไม่เคยมีมาก่อน จึงต้องมีความรู้สึกยากลำบากเป็นธรรมดา คงต้องใช้เวลาเป็นเครื่องช่วยในการปรับตัวสำหรับผู้ประกอบการเพราะโดยรายละเอียดแล้ว “หน้าที่และความรับผิดชอบ” เกี่ยวข้องกับการที่ผู้ประกอบการผู้รับอนุญาตตั้งสถานบริการต้องปฏิบัติเพื่อเป็นมาตรฐานการป้องกันการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติด การนำอาวุธปืนเข้าไปในสถานบริการ หรือปล่อยให้ผู้มี อายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เข้าไปในสถานบริการ รวมทั้งกำหนดโทษที่เกี่ยวข้อง และกำหนดโทษสูงขึ้นและรายละเอียดส่วนอื่นที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้มงวดและศึกษารายละเอียดของการดำเนินกิจการให้ชัดเจนมิใช่เพียงแค่เงินลงทุนแล้วจะสามารถดำเนินกิจการได้สำเร็จเสมอไป ผู้บริหารหรือผู้ดำเนินกิจการจำเป็นต้องเป็นผู้ที่ตื่นตัว ใฝ่รู้อยู่ตลอดเวลา หากนิ่งเฉยจะถูกคู่แข่งตามทันหรือแซงหน้าทันที และการจะเป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในธุรกิจได้นั้น จำต้อง “ทำการบ้าน” ให้มากพอสมควรเพราะโลกทุกวันนี้ต่างจากโลกเมื่อวันวาน ปฏิสัมพันธ์ในระดับโลกที่เชื่อมถึงกันระหว่างประเทศในแต่ละภูมิภาคของโลก และสร้างผลกระทบซึ่งกันและกันไม่ว่าในด้านตลาด การผลิต การเงิน เทคโนโลยี หรือแม้แต่ทัศนคติของบุคลากรในลักษณะสภาพแวดล้อมเช่นนี้ ความเฉื่อยชาหรือเฉยเมยต่อการเปลี่ยนแปลง จะเป็นเหตุสำคัญของความล้มเหลวทางธุรกิจ (สมคิด, 2535 : 12)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สอบถามผู้จัดการ โดยใช้คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นที่มีต่อประกาศกระทรวงสาธารณสุขฯ ซึ่งประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน 2547
 - เป็นการยกระดับมาตรฐานการบริการที่ดี
 - เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งสปาที่นักท่องเที่ยวต้องการ
 - ถ้าผู้ประกอบการปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้ออกกฎหมายก็จะเป็นการดี แต่ต้องไม่มุ่งประโยชน์ส่วนตน
 - ควรมุ่งส่งเสริมความรู้ทางวิชาการด้วย เพื่อเพิ่มความรู้
 - สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า
2. หากทางราชการต้องเข้มงวด ผู้จัดการให้ความเห็นในด้านบวกเรียงตามลำดับคือ
 - ทำธุรกิจไทยให้ถูกต้อง
 - ทุกคนทำงานโดยมีใบรับรอง
 - ควบคุมมาตรฐานได้ มีคุณภาพมากขึ้น
 - จะได้ไม่มีบริการแอบแฝง
 - ไม่เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค
 - คนสนใจมากขึ้นเมื่อปลอดภัย
 - ไม่ถูกมองในแง่ลบ
 - ลดสถานที่ที่ผิดกฎหมาย

และความเห็นในด้านลบ คือ

- ความยืดหยุ่นมีน้อย
- เป็นการเอาเปรียบผู้ประกอบการ
- ทำให้รายได้ลดลง
- ปฏิบัติตามได้ยาก

3. ความเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งชมรมธุรกิจขนาดแพนไทย หรือชมรมธุรกิจสปา มีผลดีเรียงตามลำดับคือ

- มีการอบรมเพิ่มความรู้
- แลกเปลี่ยนข่าวสาร และ ความคิดเห็น
- ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน
- มีอำนาจต่อรองมากขึ้น
- มีส่วนผลักดันและพัฒนานวดไทยเป็นธุรกิจขนาดเพื่อสุขภาพ โดยไม่มีแอบแฝง
- ควบคุมราคา ไม่ตัดราคากัน
- มีองค์กรดูแลกันเองมากขึ้นและสามารถช่วยเหลือด้านประชาสัมพันธ์
- ร่วมกันแก้ปัญหา
- ประชาชนได้ประโยชน์

ในด้านลบ ผู้จัดการให้ความเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งชมรมว่า

- ถ้ามีจำนวนสมาชิกมากเกินไปอาจจะสับสนวุ่นวายและควบคุมยาก
- เกรงว่าจะหาประโยชน์ทางธุรกิจ
- ธุรกิจร้านใหญ่จะได้เปรียบร้านเล็ก
- อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม

4. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาธุรกิจคือ

- ทำให้คนทั่วโลกรู้จักขนาดแพนไทยและสปามากขึ้น
- ควรให้มีหน่วยงานที่จำเป็น ปริมาณไม่มาก แต่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับทั้งภาครัฐและเอกชน
- ทำให้คนมีสุขภาพดีมากขึ้น
- ต้องเคร่งครัดตามข้อกำหนด อย่าให้มีผลประโยชน์มาทำลายภาพพจน์
- ต้องการการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยเฉพาะร้านขนาดเล็ก อย่ามุ่งแต่ร้านใหญ่
- ควรเพิ่มโรงเรียนสอนหรืออบรมที่ได้มาตรฐานในต่างจังหวัดด้วยและจัดให้มีหลักสูตรในสถาบันการศึกษา
- เป็นการส่งเสริมการจ้างงานให้กับกลุ่มผู้มีการศึกษาน้อย อายุมาก แต่รักงานบริการ
- ควรเพิ่มความรับผิดชอบต่อลูกค้า บริการด้วยใจ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และหาความรู้เพิ่มเติมเสมอ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษารัฐกิจบริการสุขภาพทั้งกิจการสปา กิจการนวดแผนไทย และกิจการเสริมสวย โดยได้ทำการสำรวจความเห็นของผู้ใช้บริการ พนักงานบริการ และผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่า ลูกค้าในกิจการบริการส่งเสริมสุขภาพของจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย ที่เป็นนักท่องเที่ยวยังไม่ได้มุ่งหมายที่จะมาเพื่อใช้บริการทางด้านการดูแลสุขภาพ แต่ยังคงมีเป้าหมายในการชมธรรมชาติ คุประวัติศาสตร์ ศึกษาวัฒนธรรมของ โดยจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศชาวเอเชีย ชาวยุโรป และอเมริกา ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งในภาพรวมนักท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี โดยลูกค้าจะศึกษาข้อมูลการบริการจากอินเทอร์เน็ต (Internet) มาก่อน สำหรับลูกค้าชาวไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดขอนแก่น และใกล้เคียง (Local People) ซึ่งนับว่าเป็นข้อดีต่อธุรกิจ เพราะอัตราการใช้บริการจะมีสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง รวมถึงจำนวนครั้งที่จะกลับมาใช้บริการมากกว่าลูกค้าที่อยู่ห่างไกลออกไปซึ่งมักจะมาตามฤดูกาลท่องเที่ยว

ในการเข้าใช้บริการเพื่อสุขภาพนั้น แต่ละครั้งลูกค้าชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 900-1,300 บาท ส่วนชาวไทยใช้เพียง 100-500 บาท โดยลูกค้าชาวต่างประเทศจะมีประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการแบบต่างๆ ที่จัดไว้ในกิจการมากกว่าชาวไทย เพราะมีกำลังซื้อมากกว่า ในด้านชนิดการบริการที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั้งชาวไทยและต่างประเทศซึ่งราคาไม่แพงคือ การบริการนวดฝ่าเท้า ทั้งนี้เพราะลูกค้ามักเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละวัน ส่วนอีกประเภทหนึ่งที่ลูกค้าชาวไทยนิยมมากขึ้นคือ การอบประคบสมุนไพร เพราะชาวไทยเข้าใจถึงสรรพคุณสมุนไพร แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นยังไม่มั่นใจที่จะลองใช้บริการมากนัก

ผู้วิจัยใคร่ขอเน้นว่า “การบริการ” ถือเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจะจ้องซื้อ ซึ่งผู้บริโภคใช้ความพยายามในการซื้อมาก ต้องใช้เวลาในการหาข้อมูล ใช้เวลาในการเดินทาง แต่ลูกค้าจะมีความภักดีสูงแม้ว่าราคาจะสูงแต่ถ้ามีการบริการเป็นที่พึงพอใจแล้ว ลูกค้าก็จะยังคงความภักดีอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสถานบริการ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เช่น ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์แบบไทย ตกแต่งบรรยากาศให้มีความร่มรื่น เป็นธรรมชาติ มีความสงบเหมือนอยู่ในบ้าน มีความสะอาด เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

จึงมีความจำเป็นที่ผู้บริหารในธุรกิจบริการสุขภาพต้องมีความตื่นตัว ต้องศึกษา ลูกค้า คู่แข่งขัน ตลาด แนวโน้มความนิยม และข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถอยู่ในตำแหน่งทางการตลาดที่เหมาะสม อยู่รอด และได้เปรียบคู่แข่งตามสมควร และหากเป็นไปได้ควรศึกษาด้านกลยุทธ์ธุรกิจและ การวิจัยตลาดเพื่อสามารถนำข้อมูลหรือผลการวิจัย มาปรับใช้ พัฒนาและปรับปรุงกิจการให้มีสิ่งแปลกใหม่เป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้มากขึ้น หรือการเน้นความเป็นเอกลักษณ์ ในตราสินค้า ควรส่งเสริมการให้บริการเสริมหรือของแถมมากกว่าการลดราคา เพราะโดยปกติแล้วราคามีแนวโน้มที่จะ

สูงกว่าปกติเพื่อแสดงภาพลักษณ์ของสินค้า แม้ลูกค้ามีจำนวนน้อยแต่มีอำนาจซื้อสูง มีความต้องการใช้ (ซื้อ) บริการโดยตรงอยู่แล้ว ดังนั้น จึงถือเอาประโยชน์โดยตั้งราคาให้สูงได้ตามต้องการมากหรือน้อยตามจำนวนของผู้ซื้อ

สำหรับด้านการบริการนั้น ในภาพรวมมีการคัดกรองลูกค้าด้วยการกรอกข้อมูลเบื้องต้น และซักถามประวัติ ถึงร้อยละ 64.3 ซึ่งนับเป็นการสร้างความมั่นใจอย่างดีให้ลูกค้า แต่ลูกค้าชาวต่างประเทศยังรู้สึกที่ไม่ได้รับข้อมูลเท่าที่ควรซึ่งสาเหตุหลักมาจาก พนักงานขาดความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรแก้ไขหรือทดแทนโดยการใช้เอกสารแผ่นพับรวมถึงป้ายนิเทศเพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าเพิ่มเติม และการจัดอบรมด้านการใช้ภาษาเพื่อธุรกิจสำหรับพนักงาน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ชมรมผู้ประกอบการควรดำเนินการให้มีขึ้น และกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถจัดร่วมกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นต้น โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมในการพัฒนาพนักงานควรจะเป็นในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม

ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการกิจการที่มีการควบคุมคนไทยในเขตจังหวัดขอนแก่น อุครธานี และหนองคายนั้น ในภาพรวมลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศพึงพอใจในด้านการต้อนรับดูแลและเอาใจใส่ลูกค้ามากที่สุดซึ่งผู้วิจัยเห็นว่านี่คือจุดแข็งทางการตลาดของชาวไทยที่คองส่งเสริมสนับสนุนและรักษาวัฒนธรรมการบริการผู้มาเยือนให้ยั่งยืนตลอดไปโดยเบื้องหลังหรือองค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จของธุรกิจประเภทนี้คือความสามารถและบุคลิกลักษณะของผู้หญิงไทยที่มีความอ่อนหวานนุ่มนวลในการ ให้บริการมีกิริยามารยาทงดงามเป็นที่ชื่นชอบและประทับใจของผู้ใช้บริการ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเน้นว่าความจำเป็นในด้านกระบวนการพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรมภายในบริษัท รวมถึงการหมั่นตรวจตรา สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องที่ต้องทำ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงธุรกิจ เป็นตัวชี้วัดหรือสะท้อนผลการทำงาน ทำให้สามารถรู้สถานะของกิจการในตลาดการแข่งขัน

การยอมรับ รับฟัง ข้อเสนอแนะ ดีชมจากลูกค้าและการหมั่นตรวจตราการทำงาน การให้บริการของพนักงานถือเป็นเรื่องปกติและต้องทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ไม่ทำไม่ได้ ถ้าไม่ทำ คู่แข่งก็จะแซงหน้าได้ เพราะโดยทั่วไปแล้วลักษณะของการบริการมีความไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการจะเป็นใคร คุณภาพของงานบริการขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการบริการของพนักงาน ในช่วงที่อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัว คุณภาพงานบริการจะต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อบริการในที่นี้คือลูกค้า ที่มีความเข้าใจในลักษณะเฉพาะของสินค้าบริการ ก็จะไม่เป็นปัญหา แต่หากพบกับลูกค้าที่มีความคาดหวังสูงตามราคาที่เขาจ่ายแล้ว พนักงานบริการจะต้องมีการรักษามาตรฐานการบริการให้มีความมั่นคงตามวิธีการที่เรียนมา และเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารที่ต้องตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานบริการ คิดค้นและพัฒนาวิธีการในการดำรงรักษามาตรฐานและคุณภาพการบริการในธุรกิจของตนให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง มิให้เกิดความแตกต่างหรือช่องว่างในการบริการของพนักงานแต่ละคน

ต้องพัฒนาให้ถึง จุดที่พูดได้ว่า ไม่ว่าจะ เป็นพนักงานคนใดต้องสามารถให้บริการที่ได้คุณภาพดีเยี่ยม เหมือนกันต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหา สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

ในด้านพนักงานบริการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าพนักงานบริการเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 96.0 และ ร้อยละ 30.0 มีอายุระหว่าง 25-29 ปี มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 มีรายได้รวมเดือนละ ประมาณ 6,000-12,000 บาท ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นรายได้ที่ค่อนข้างดีเมื่อเทียบกับระดับการศึกษา โดยพนักงานเหล่านี้ร้อยละ 54.0 เป็นคน ขอนแก่น อุดรธานีและหนองคาย และเพิ่งทำงานบริการนวดจริงๆ เพียง 1-3 ปี

สำหรับการเร่งรัดความพร้อมของพนักงานเพื่อให้มีมาตรฐานและเป็นไปตามความมุ่งหมาย ของการมีประกาศกระทรวงสาธารณสุข จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริการสุขภาพในจังหวัดเหล่านี้ ได้รับการปรับปรุงมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุขในด้าน การอบรมหลักสูตรการนวดประเภท ต่างๆ จนทำให้มีสัดส่วนของผู้ผ่านการอบรมจากหลักสูตรมาตรฐานของกระทรวงฯ ถึงร้อยละ 76.0 ซึ่ง นับว่ามีความพร้อมในด้านพนักงานบริการส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจเหล่านี้ได้มีความตื่นตัว และให้ ความร่วมมืออย่างดีเป็นผลให้ภาพจน์ของธุรกิจบริการสุขภาพของจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และ หนองคาย มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก สำหรับกิจการบางแห่งอาจมีพนักงานที่ยังไม่ผ่านหลักสูตร มาตรฐาน ก็จำเป็นต้องดำเนินการตามข้อกำหนดของกฎหมายโดยต้องเร่งส่งพนักงานเข้าอบรมก่อนที่ คณะกรรมการตรวจและประเมินผลของกระทรวงจะเข้าตรวจสอบ ส่วนการจัดอบรมกันเองภายในแต่ละ กิจการ ซึ่งเน้นทำทางการนวดหรือวิธีการบริการในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะนั้น ก็ถือเป็นการ สร้างเสริมการบริการที่แต่ละแห่งพยายามสร้างจุดเด่น สร้างเอกลักษณ์ หรือประกาศความได้เปรียบของ ตนเองเพื่อเป็นผู้นำในด้านนั้น ๆ ขึ้นมา ทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความตื่นตัว และมองหาหรือพัฒนาของ แปลกใหม่ให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการอยู่เรื่อย ๆ เช่น การที่สปาสมัยใหม่ได้ประยุกต์ใช้การประคบ สมุนไพรเป็นการบริการ ที่ไม่มีในวัฒนธรรมสปาของฝรั่งมาก่อน

ในด้านความพึงพอใจของพนักงานนั้นพบว่าแม้ว่าพนักงานโดยส่วนใหญ่ยังเรียกร่องสวัสดิการ เพิ่มในด้านค่าชั่วโมง การประกันสังคม และสวัสดิการที่พัก แต่ด้วยรายได้ที่ค่อนข้างดีทำให้ผลสรุปคือ พนักงานมีความพึงพอใจกับงานที่ทำอยู่ โดยในการปฏิบัติงานนั้นพนักงานเหล่านี้จะมีปัญหาที่สำคัญ 2 ประการคือ ในเรื่องการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างประเทศ และปัญหาการถูกล่วงเกินทางเพศจากลูกค้า ซึ่ง แต่ละกิจการก็มีกลยุทธ์และวิธีการของตนในการแก้ปัญหาเหล่านี้ และจากการที่ผู้วิจัยได้พูดคุยกับ พนักงาน ก็ได้เส้นทางอาชีพของพนักงานเหล่านี้ว่า พนักงานนวดเดิมอยู่ในกิจการนวดเพื่อเสริมสวย เมื่อเริ่มมีประสบการณ์ก็จะย้ายเข้าสู่กิจการนวดเพื่อสุขภาพ ต่อมาเมื่อมีความชำนาญมากขึ้น มีความรู้ เพิ่มเกี่ยวกับเส้นสายทางสรีระวิทยาของร่างกายมากขึ้น ก็จะเปลี่ยนงานไปอยู่ในกิจการสปา โดยเริ่มแรก อาจจะเป็นพนักงานนวด ผ่านไปสัก 2-3 ปี ได้เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของสปามากกว่าเดิม จนเมื่อเข้า

อบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณสมบัติและผลิตภัณฑ์ของสปา วิธีการบำบัดแบบต่างๆ ก็จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นพนักงานสปาโดยเฉพาะ ซึ่งมีความรู้เฉพาะทางมากขึ้น และที่สำคัญจะมีค่าตัวสูงขึ้นกว่าเดิมมากจนบางคนที่มีเงินทุนพอ หรืออาจมีผู้สนับสนุนที่ดีก็อาจจะสามารถไปเปิดกิจการได้

จากลักษณะอาชีพบริการที่สามารถเรียนรู้ตามทันกันได้โดยเร็วนั้นก็ทำให้เกิดปัญหาหนึ่งที่สำคัญในกิจการเหล่านี้คือการเข้าออกของพนักงานจะมีอัตราหมุนเวียนเปลี่ยนกันค่อนข้างสูงมากซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้จัดการต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูพนักงานที่มีฝีมือให้อยู่กับบริษัทให้นาน เพราะพนักงานบริการเหล่านี้มีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการอย่างมาก และเป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงโดยกิจการบางแห่งใช้วิธีเก็บใบประกาศนียบัตรของพนักงานไว้ตามระยะเวลาที่ทำข้อตกลงข้อตกลงการจ้างงานกัน เพื่อป้องกันการย้ายงานกระชั้นกัน ก็นับเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยเห็นว่า สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดต้องเร่งรัดการจัดทำทะเบียนพนักงานบริการแต่ละกลุ่มกิจการให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถแยกระดับชั้นความสามารถ รู้สังกัดหลักแหล่งการทำงาน การเคลื่อนย้ายแรงงาน และเหตุผลในการย้ายงาน ซึ่งจะช่วยป้องกันปัญหาการฉวยโอกาส หรือหลบเลี่ยงโดยในช่วงลูกค้ามาก ๆ จะมีการเรียกใช้พนักงานบริการจากแหล่งอื่น ซึ่งไม่มีใบรับรองมาตรฐานพนักงานมาให้บริการแก่ลูกค้า ก็จะทำให้เกิดช่องว่างที่เจ้าหน้าที่ตามไม่ทันได้เช่นกัน

ทางด้านกลุ่มผู้จัดการบริการส่งเสริมสุขภาพซึ่งมีทั้งกิจการสปา กิจการนวดแผนไทย และกิจการนวดเพื่อเสริมสวยนั้น พบว่า ในภาพรวมร้อยละ 76.4 เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป มีความแตกต่างอย่างชัดเจนในเรื่องคุณวุฒิทางการศึกษาและรายได้โดยกลุ่มผู้จัดการสปามีรายได้สูงที่สุด คือประมาณเดือนละ 25,001 ถึง 30,000 บาท และร้อยละ 68.0 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี

ในด้านประสบการณ์นั้น ผู้จัดการในกลุ่มกิจการสปา ร้อยละ 47.0 มีประสบการณ์ในธุรกิจ สปาจริง ๆ ประมาณ 1-3 ปี ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริหารมือใหม่ที่ต้องเรียนรู้อีกมาก จึงไม่แปลกใจเลยที่กลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ได้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นชมรมผู้ประกอบการขึ้นทำให้เกิดการประสานความร่วมมือกันของภาคธุรกิจอย่างเข้มแข็งนับเป็นตัวอย่างที่ดีของการรวมกลุ่มเพื่อดูแลรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม

นอกจากนี้จากการที่ผู้วิจัยได้คลุกคลีในวงการกิจการบริการสุขภาพตลอดช่วงของการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปภาพกว้าง ๆ ของกิจการที่ให้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่นได้ดังนี้

จุดแข็งของกิจการนวดแผนไทย

- ภาครัฐเริ่มเคร่งครัดในการบังคับใช้กฎหมาย ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการมากขึ้น
- ชื่อเสียงของการนวดแผนไทยเป็นที่ยอมรับทั่วโลก
- ผู้ดำเนินกิจการสนใจใฝ่รู้มากขึ้น เพราะมีการแข่งขันและการขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง
- รัฐบาลใช้กลยุทธ์ในการให้ไทยเป็นศูนย์กลางส่งเสริมสุขภาพแห่งเอเชีย ซึ่งทำให้มีแรงสนับสนุนด้านต่าง ๆ จากหลายกระทรวง

- ความเชี่ยวชาญในการต้อนรับของคนไทย เป็นที่ประทับใจของทุกชาติ
- การบริการนวดเป็นจุดขายที่สำคัญในกิจการบริการสุขภาพ เช่น สปา

จุดอ่อนของกิจการนวดแผนไทย

- บริการแอบแฝงยังคงมีอยู่ และยากที่จะกำจัดให้หมดไป
- การควบคุมราคาบริการที่เป็นมาตรฐานยังไม่สามารถทำได้
- ความชำนาญของพนักงานนวดจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- ความสามารถทางการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานยังมีน้อย
- พนักงานผ่านการฝึกอบรมเพียงแค่หลักสูตรเดียวแล้วเข้าทำงาน

โอกาสของบริการนวดแผนไทย

- สามารถใช้เป็นบริการเสริมในกิจการต่าง ๆ เพื่อผ่อนคลายได้อย่างดี
- ความนิยมในบริการนวดแผนไทยมีมากขึ้น เนื่องจากการกระตุ้นตลาดและการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการจัดอบรมที่มีหลักสูตรมาตรฐานมากขึ้นทั่วประเทศ
- การขยายหลักสูตรการนวดแผนไทยในสถาบันการศึกษาระดับปริญญาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร
- การขยายหลักสูตรอบรมเข้าสู่ชุมชนเพื่อส่งเสริมอาชีพ
- การปรับปรุงหลักสูตรการนวดให้มีจำนวนชั่วโมงได้มาตรฐานกลาง เพื่อปิดช่องว่างความแตกต่างในมาตรฐานของแต่ละประเทศ
- การสนับสนุนให้สามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้จะขยายตลาดไปสู่กลุ่มผู้มีสิทธิเบิกค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล
- ผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยใช้ศาสตร์ของสมุนไพรไทย

อุปสรรค หรือภาวะรุกรานต่อกิจการนวดแผนไทย

- การคัดแปลงวิธีการนวดหรือผสมผสานกับการนวดจากแบบอื่น อาจทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด
- บริการแอบแฝงในกิจการบริการ
- พนักงานบริการนวดที่ไม่ผ่านการอบรม
- มาตรฐานที่ต่างกันของแต่ละประเทศทำให้ต้องมีการปรับหลักสูตรไม่รู้จบ

นอกจากนี้ยังพบว่ากิจการบางแห่งยังไม่มีความพร้อมที่จะเป็นสถานบริการสุขภาพ และจะต้องแก้ไขปรับปรุงทางด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แล้วเสร็จเสียก่อน แต่ในทางปฏิบัติก็เร่งเปิดดำเนินการไปก่อนโดยตนเองลงทุนไม่แพงมาก ก็จะสามารถตัดราคาลงมาได้และอาศัยมักคุเทศก์และผู้ขับรถรับจ้างให้ส่งลูกค้าโดยจะได้รับผลตอบแทนสูง ลักษณะนี้ความเสี่ยงของลูกค้าจะสูง ผู้ประกอบการขาดความรับผิดชอบ ที่พบบ่อยจะเป็นประตู่ทางเดียวคือประตูหน้าบ้าน บรรยากาศ

ภายในก็จะมีลักษณะที่บ การระบายอากาศไม่ดี และทางหนีไฟไม่สะดวก ทั้งนี้ได้ตัดแปลงโดยกันห้องให้มากขึ้น ทำให้พื้นที่ทางเดินแคบลง ลดเลี้ยวตามห้องต่างๆ มีเพียงห้องบริการสปาเพียง 3-4 ห้อง และบริการนวดไทยอีก 1 ห้องโถง แต่มีเบาะรองนวด 6-10 เบาะ เรียงในห้องเดียวกัน เพียงแค่นี้ในฤดูท่องเที่ยวเดียวก็สามารถมีรายได้ที่ดี แต่ผลเสียคือภาพพจน์ของอุตสาหกรรม ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการจะทำให้ภาพพจน์ของธุรกิจดีขึ้นนั้น ผู้ประกอบการควรเห็นแก่ประโยชน์ของจังหวัดหรือประเทศมากกว่า โดยยอมลงทุนเพิ่มเพื่อให้ได้ตามมาตรฐาน และปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ก็สามารถทำธุรกิจได้ต่อไปโดยไม่ต้องกังวลว่าจะต้องหลบหลีกการคุ้มครองของเจ้าหน้าที่อย่างไร และที่สำคัญควรเข้าเป็นสมาชิกในชมรมหรือสมาคมธุรกิจเพื่อจะได้ประสานความร่วมมือ แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และดูแลผลประโยชน์ร่วมกัน และจากการที่จังหวัดได้ดำเนินการในเรื่องการพัฒนามาตรฐานของกิจการตั้งแต่เริ่มแรก ทำให้สมาชิกของชมรมที่ผ่านการประเมินไปแล้วและได้ทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของคณะกรรมการ ต่อมาภายหลังมีประกาศกระทรวงฯ ฉบับใหม่บังคับใช้ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้กิจการเหล่านี้ซึ่งมักมีความพร้อมอยู่ก่อนแล้วเมื่อเจ้าหน้าที่ตามประกาศกระทรวงฯ ฉบับใหม่เข้าไปตรวจสอบในรายละเอียดต่าง ๆ ก็จะไม่มีปัญหา จะเหลือแต่เพียงมาตรฐานทางด้านผู้ดำเนินการหรือผู้ประกอบการที่ต้องไปสอบให้ผ่านตามข้อกำหนด

ในด้านผลกระทบจากการใช้ประกาศกระทรวงนั้นหากเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ประกาศของกระทรวงสาธารณสุขพบว่าโดยเจตนารมณ์ที่ดีของการออกกฎหมาย ทำให้ผู้ประกอบการตอบรับต่อประกาศฉบับดังกล่าวอย่างดี โดยได้มีการปรับเปลี่ยนทั้งในด้านอาคารสถานที่ และการปฏิบัติตามคำแนะนำของคณะกรรมการตรวจ และรับรองสถานประกอบการ ซึ่งมุ่งหมายให้เกิดมาตรฐานทั้งวงการอุตสาหกรรม และสร้างเสริมความมั่นใจให้กับลูกค้า สามารถยกระดับสู่มาตรฐานสากลได้ มีเพียงบางประการที่ยังมีความเห็นแย้ง และนับเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการไม่เห็นด้วยอย่างมาก คือในเรื่องภาษีสรรพสามิต ซึ่งสถานบริการสุขภาพยังต้องจ่ายแพงเท่ากับกิจการอาบอบนวด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า หากรัฐบาลมีความชัดเจนและมีนโยบายแน่วแน่ในการสนับสนุนกิจการบริการสุขภาพแล้ว ก็ควรเร่งขจัดบริการแอบแฝงทุกประเภท โดยมองประโยชน์ของประเทศเป็นหลัก พยายามลดผลประโยชน์ต่อพวกพ้องลงไป ก็จะทำให้ภาพพจน์ของอุตสาหกรรมบริการสุขภาพของไทยดีขึ้นกว่าเดิม และกิจการที่เป็นความเสี่ยงต่อภาพพจน์ของประเทศก็จะถูกลดบทบาทลงที่สุดในที่สุด ส่วนผู้ดำเนินการที่ใช้กิจการสปาหรือนวดแผนไทยบ้างหน้านั้นก็ควรเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมให้มากขึ้นเพราะขณะนี้ทุกฝ่ายได้ร่วมมือกันเพื่อปรับภาพพจน์ของอุตสาหกรรมและยกระดับสู่มาตรฐานแล้ว จึงไม่ควรเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเป็นที่ตั้ง การทำให้ถูกต้องตามกฎหมาย ได้มาตรฐานจะสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนกว่าอย่างแน่นอน

สำหรับมาตรฐานในการสอบเพื่อรับรองความรู้ความสามารถทางอาชีพนั้น ผู้ประกอบการเห็นว่า การจัดสอบและการรับประกาศนียบัตรยังกำหนดอยู่ที่ส่วนกลางคือกรุงเทพมหานคร ทำให้สถานประกอบการในส่วนภูมิภาคเกิดความไม่สะดวกและมีค่าใช้จ่ายสูง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรจัดตั้งและกระจายศูนย์บริการดังกล่าวลงมาสู่สำนักงานสาธารณสุขในจังหวัดใหญ่ ๆ หรือเป็นศูนย์ประจำภาค โดยให้มี

การบริการที่สามารถเทียบเคียงได้กับส่วนกลางก็จะเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างแท้จริงตัวอย่างที่มีให้เห็นชัดเจน เช่น การมีศูนย์บริการหนังสือเดินทางของกระทรวงการต่างประเทศ ประจำแต่ละภาค เป็นต้น

นอกจากนี้ปัญหาที่ตามมาในการบังคับใช้ประกาศดังกล่าวคือค่าใช้จ่ายของสถานประกอบการที่เพิ่มขึ้นตามข้อกำหนดของกฎหมาย และกิจการบางแห่งที่มีสถานที่ตั้งไม่เหมาะสม มีการตัดแปลงอาคารซึ่งไม่เหมาะกับการทำกิจการบริการสุขภาพ จะมีค่าใช้จ่ายในการปรับเปลี่ยนค่อนข้างสูง หรืออาจจะต้องย้ายสถานที่ตั้งก็มี

ในด้านรูปแบบมาตรฐานของกิจการบริการสุขภาพที่ผู้วิจัยขอเสนอ โดยเป็นการสรุปจากประสบการณ์ในการตรวจเยี่ยมกิจการและข้อมูลจากประกาศกระทรวงสาธารณสุขฯ ดังนี้

ด้านสถานที่ ต้องมีความสะอาด ได้สุขอนามัย ถูกหลักสุขาภิบาล ตั้งอยู่ในที่ปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ไม่มีพื้นที่ติดต่อกับสถานบริการ และหากอยู่ในอาคารเดียวกันกับการประกอบการอื่น ๆ ก็ต้องมีการแบ่งสัดส่วนให้ชัดเจน

ด้านการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการนวด การใช้น้ำ หรือการเสริมสวย ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และมาตรฐานการบริการแต่ละประเภทที่จัดให้มีบริการไว้ ต้องไม่มีการเล่นดนตรี ไม่ขายบุหรี่ สุรา ไม่มีคาราโอเกะ สนุกเกอร์ หรือสิ่งบันเทิงรื่นรมย์อื่น ๆ ที่ต้องขออนุญาต

ด้านผู้ให้บริการ ต้องแต่งเครื่องแบบและยังต้องมีความรู้ มีมารยาทและผ่านหลักสูตรหรือมีประสบการณ์การนวด ตามที่กฎหมายกำหนด

ด้านผู้ดำเนินกิจการ ต้องมีความเข้าใจในสุขลักษณะในการที่จะควบคุมดูแล บริหารกิจการสถานประกอบการนั้นให้อยู่ในกรอบของกฎหมายและกิจการสาธารณสุข

ด้านความปลอดภัย ในที่นี้หมายถึง สถานประกอบการบางแห่งที่มีตู้อบเซาน่า ห้องอบไอน้ำ หรืออ่างน้ำร้อน น้ำเย็น น้ำวน สิ่งเหล่านี้อาจก่อให้เกิดอันตรายกับผู้ให้บริการ หรืออาจมีเหตุขัดข้องทางเทคนิคของระบบได้จำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องติดตั้งระบบฉุกเฉินไว้ให้พร้อม รวมทั้งอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ ต้องไม่เสี่ยงต่อการแพร่เชื้อโรคด้วย

โดยสรุปหากเปรียบเทียบกับข้อสมมติฐานของการวิจัยที่คาดการณ์ว่ากิจการนวดแผนไทยแต่ละแห่งยังไม่มีเกณฑ์มาตรฐานทางด้านฝีมือหมอนวดไทยและยังไม่มีรูปแบบการจัดการทางธุรกิจที่เป็นแบบแผนอย่างชัดเจน ทั้งทางด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ และบุคลากรนั้น ผู้วิจัยพบว่ามีความขัดแย้งกับข้อสมมติฐานอย่างมาก เนื่องจากภายหลังจากการเริ่มงานวิจัย รัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุขได้เร่งพัฒนาและปรับกระบวนการโดยเร่งรัดเรื่องการออกประกาศกระทรวงเรื่อง “กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509” เพื่อเป็นการยกระดับและการจัดมาตรฐานของธุรกิจบริการสุขภาพทำให้ผู้ประกอบการต้อง

ปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงทำให้ภาพพจน์ของธุรกิจและแนวทางดำเนินการของกิจการสุขภาพมีความชัดเจนและถือเป็นการปรับโฉมหน้าทางธุรกิจด้านนี้ให้มีความยั่งยืนเพราะทุกฝ่ายได้ร่วมลงมาให้ความร่วมมือ ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้เพราะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ทำให้ผลการศึกษพบว่าผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มธุรกิจตั้งเป็นชมรมหรือสมาคม มีการให้ความช่วยเหลือ แลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันเป็นผลให้กิจการบริการสุขภาพแต่ละแห่งในจังหวัดขอนแก่น อุรธานีและหนองคาย มีรูปแบบในการจัดการเชิงธุรกิจที่มีมาตรฐานชัดเจนเกิดการยอมรับ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดขอนแก่นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลูกค้าระดับคุณภาพทำให้ธุรกิจที่เกิดขึ้นก่อนข้างจะเน้นบริการกลุ่มลูกค้าคุณภาพ จึงเกิดการลงทุนที่สูงพอสมควร ลักษณะของกิจการในขอนแก่นจึงออกมาเป็นแบบ “หน้าตาดี” และมีเอกลักษณ์

ส่วนสมมุติฐานในเรื่องที่ผู้วิจัยคาดการณ์ว่าลูกค้ายังไม่มีความมั่นใจในการใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดขอนแก่น ก็ขัดแย้งกับผลการศึกษาเช่นกัน เพราะจากเหตุผลที่กล่าวแล้ว ทำให้แต่ละสถานประกอบการต้องจัดส่งพนักงานบริการเข้ารับการอบรมตามข้อกำหนดของ กระทรวงสาธารณสุข และจากการถามถึงระดับความพึงพอใจในการได้รับบริการ ทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศก็ให้ความพึงพอใจตั้งแต่ปานกลางถึงระดับสูง ย่อมแสดงว่าลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นการขัดแย้งกับสมมุติฐานเริ่มแรกเช่นกัน

กิจการสปามีการพัฒนาของธุรกิจที่ค่อนข้างมีรูปแบบชัดเจนและต่อเนื่องตามสมัยนิยมของตลาดโลก มีการแยกกลุ่มของธุรกิจอย่างชัดเจนสอดคล้องกับสถานการณ์ทางกฎหมาย ทำให้การปฏิบัติงานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในฐานะผู้ประสานงานกับส่วนกลางในการรับรองมาตรฐาน และในฐานะผู้ดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภค ได้ประสานความร่วมมือกับชมรมผู้ประกอบการทั้งชมรมธุรกิจสปา และชมรมผู้ประกอบการนวดแผนไทย สามารถสร้างความเข้าใจต่อกันได้ราบรื่น จึงมีผลให้เห็นเป็นรูปธรรมว่า จังหวัดขอนแก่น อุรธานี และหนองคาย สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพได้อย่างต่อเนื่อง และพัฒนามาตรฐานทางธุรกิจสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายได้ทันตามความต้องการเร่งด่วนทำให้ธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพทั้งบริการสปา บริการนวดแผนไทย และบริการนวดเพื่อเสริมสวย ได้อย่างมั่นใจและช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับผู้อื่นได้ ซึ่งในอนาคต ชาวต่างประเทศที่สนใจในการบริการสปาจะต้องนึกถึงประเทศไทยเมื่อต้องการใช้บริการสปา

ข้อเสนอแนะ

1. การเก็บข้อมูลถ้าเป็นไปได้ควรเลือกสถานที่เก็บข้อมูลที่ไม่อยู่ในสถานบริการ โดยอาจเลือกสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น ระหว่างนั่งพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น เพราะการเข้าไปสัมภาษณ์โดยตรงที่สถานบริการ อาจไม่ได้รับความร่วมมือจากสถานบริการที่ดี เพราะโดยทั่วไปแล้วสถานประกอบการถือว่าการรบกวนลูกค้า

2. ธุรกิจบริการสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการสปา มีความตื่นตัวและเคลื่อนไหวทางธุรกิจค่อนข้างรวดเร็ว และมีปรับตัวตามกระแสความนิยม ซึ่งอาจมีผลทำให้วิธีการ แนวคิดในระหว่างการทำวิจัยต้องปรับตัวตามอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงควรติดตามกระแสอย่างใกล้ชิดจึงจะไม่พลาด

3. หัวข้อที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจบริการสุขภาพ และควรทำการวิจัยในโอกาสต่อไป เช่น การจัดลำดับการนวดไทยที่เหมาะสมและได้ประสิทธิผลสูงสุด การนวดฝ่าเท้าในผู้ป่วยโรคเบาหวาน ต้นทุนในการบริหารจัดการธุรกิจสปาการพัฒนาใบอนุญาตประกอบวิชาชีพธุรกิจบริการสุขภาพ คุณภาพการบริการในธุรกิจบริการสุขภาพ พฤติกรรมผู้บริโภคในกิจการบริการสุขภาพ และเทคโนโลยีในกิจการสปา เป็นต้น ซึ่งนักวิจัยสามารถเจาะลึกเฉพาะในกิจการสปา หรือกิจการใด ๆ ในธุรกิจบริการสุขภาพได้ทั้งสิ้น

บรรณานุกรม

- “เกริกไกรยันส่งออกไปติดลบ หวังยุโรปจุดตัวเลขครึ่งหลัง”. **ฐานเศรษฐกิจ**. (29 ก.ค. – 1 ส.ค. 2544).
จาก www.thannews.th.com/Than2000/1613/t104.htm.
- โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การสาธารณสุขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต วันที่ 5-7 ตุลาคม 2544
- เฉลิมชาติ แจ่มจรรยา, ศุภล ศรีสุขวัฒนาและสมชาย คู่แก้ว. 2540. **คู่มือ(เล่ม 1) พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535**. ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข กรมอนามัย.
- “บริการเพื่อสุขภาพพระยะยาว: แหล่งรายได้ที่ควรเร่งส่งเสริม”. **กระแสนวัตกรรม**. (29 มิถุนายน พ.ศ. 2544) จาก www.tfrc.co.th
- ปรัชญา เวสารัช. 2540. **บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ)**. คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- ประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ 12/2542 เรื่องกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 20 ธันวาคม 2542
- เพ็ญภา ทรัพย์เจริญ. 2545. **สถานการณ์การนวดแผนไทยและแนวทางการวิจัยในอนาคต**. สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (อค์สำเนา)
- เพ็ญภา ทรัพย์เจริญ. 2541. **การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการแพทย์แผนไทยในการให้บริการผู้ป่วยในระบบบริการสาธารณสุขของรัฐ**. สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.
- มานพ ประภายานนท์. 2543. **นวดไทย สัมผัสบำบัดเพื่อสุขภาพ**. กรุงเทพฯ: เรือนบุญ.
- วีระศักดิ์ พิรัชญา. 2542. **ความพึงพอใจสูงสุด สูดยอดปรารถนาของธุรกิจ ใน เทคนิคเครื่องกลไฟฟ้าอุตสาหกรรม**. เดือนมกราคม พ.ศ. 2542.
- ศศิมา ดำรงสุขกิจ. 2545. **หมายเหตุประชาชน: ถึงเวลา นวดไทย โกอินเตอร์ (ตอนที่ 1-2) ใน เคลินิวส์**. วันที่ 11-12 กุมภาพันธ์ 2545. จาก www.dailynews.co.th.
- สฎีปหน้า 1: **เที่ยวสไตส์ล่องสเคย์ หนึ่งไนนโยบายดึงเงินออก ใน ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 20 พฤษภาคม 2545** หน้า 5.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. **กรณีศึกษา Best Practices การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต. **มาตรฐานการดำเนินงานสาธารณสุขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต**. (อค์สำเนา)

เสาวภา พรศิริพงษ์, พรทิพย์ อุษุภรัตน์, เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ และมุกิตา เสถียรวัฒน์ชัย. 2539.

สถานภาพและทิศทางการวิจัยการแพทย์แผนไทย. สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.

Alan Flook, "The Changing Structure of International Trade Services: the Tour Operators Perspectives" **WTO Services: symposium on Tourism Services.** Geneva 22-23 February 2001.

ASEAN Secretariat "Liberalisation of Trade in Services" **AFTA Reader Volume V** The Sixth ASEAN Summit and Th Acceleration of AFTA, 1998,

GABY Company. 2000. **Thailand Spa and Health Center Guide Book 2002.** Bangkok: Amarin Printing.

Herman, Terry. "A spa's first impression, may be your client's last". www.Spamanagement.com
News from the World Tourism Organization, Available from: www.worldtourism.org.

Osborne, Bruce. "Heritage and the Spa". www.thespadirectory.com.

Reid, R.D. and Sanders, N.R. Operations Management. New York: John Wiley&Sons. 2002.

WWW.apccsec.org.sg/whatsnew/announce/tourismMinStatwment2000.html

Walailak Noypayak, 2001. "Thailand : Experiences in Trade Negotiations in the Tourism Sector" [Papers] at the **World Trade Organization's Tourism Symposium**, Geneva 22-23 February) Available from: www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/thailand.doc

แปลจาก "Traditional Thai Massage: How is it different from Western massage" **Thailand Spa and Health Centers GuideBook 2002.** หน้า 30.

แปลจาก "Traditional Thai Massage: How is it different form Western massage" **Thailand Spa and Health Centers GuideBook 2002.** หน้า 28.

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์สำหรับลูกค้าชาวต่างประเทศ

Name of massage center.....town.....

Thai Massage Customer survey

This survey is conducted purposely to measure level of satisfaction from Thai massage service customers. Your response is anonymous and entirely confidential. The outcome will be used to develop the standard of Thai massage service business.

Section 1 Basic information

1. Gender (1) Female (2) Male

2. Age (1) 30 years old or less
 (2) 31 – 40 years old
 (3) 41 – 50 years old
 (4) More than 50 years old (please fill in).....years

3. Nationality

4. Aim of your trip to Phuket.
 - (1) Beach and nature tour
 - (2) Eco-tour
 - (3) Cultural tour
 - (4) Historical tour
 - (5) Health tour
 - (6) Other (please fill in).....

5. Do you have any kind of health problems?
 - (1) No
 - (2) Yes (please fill in).....

Section 2 Thai Massage Service experiences

6. Where have you ever had Thai massage services?

- (1) Company name:Country.....
- (2) Company name:Country.....
- (3) Company name:Country.....

7. How often do you get a Thai massage?

- (1) Everyday
- (2) 1-2 times per week
- (3) 1-2 times per month
- (4) 1-2 times per year
- (5) Rarely use

8. How did you find Thai Massage center?

- (1) Internet search
- (2) Tour package program
- (3) Words of mouth
- (4) Brochures
- (5) Tuk Tuk drivers
- (6) Incidentally found
- (7) Other (please fill up).....

9. How did you learn about Thai massage? (can fill more than 1 answer)

- (1) From personal media such as
- (2) From mass media such as
- (3) From special media such as

10. How much you usually spend for the massage service each time?
- (1) 100 – 500 Baht
 - (2) 501 – 900 Baht
 - (3) 901 – 1,300 Baht
 - (4) 1,301 – 1,700 Baht
 - (5) More than 1,700 Baht (please fill)..... Baht
11. What do you think about the service rate?
- (1) The price is too expensive (you paidbaht / hour) and should reduce it to baht / hour.
 - (2) The price is reasonable (.....baht / hour).
 - (3) It is very cheap.
12. Have you ever used other kinds of massage, except Thai massage?
- (1) Never
 - (2) Yes, I used to get
 - (2.1) Chinese massage
 - (2.2) Swedish massage
 - (2.3) Other massage (please fill).....
13. What type of other services do you use beyond the massage?
- (1) Nothing
 - (2) Facial treatment
 - (3) Foot Massage
 - (4) Herbal treatment
 - (5) Other service (please fill).....
14. How long did you spend in massage service?
- (1) Less than 1 hour
 - (2) About 1 hour
 - (3) More than 1 hour (but no longer than 2 hours)
 - (4) More than 2 hours

15. Have you got any queries about your health or the past activities from Receptionist or Masseur before massage? (can choose more than 1 answer)

- (1) No query at all
- (2) Simply ask without record
- (3) Fill in registration form
- (4) Other (please fill).....

16. Have you ever experienced any problem from Thai Massage service?

- (1) Never had problems.
- (2) Had few problems from.....
- (3) Always get problems from.....

Section 3 Please mark with / in front of your chosen answers

In your opinion what is the most significant part of Thai massage service?

-Service mind of staff
-Safety of the customers
-Expertise of Masseur
-Styles of Decoration
-Cleanliness
-Herbal usage
-Rate of service
-Masseur's personality
-Facilities
-Choices of service
-Easy accessibility
-Other (please mention).....

Why do you select Thai massage? (can choose more than 1 answer)

-The price is cheaper.
-Prefer Thai massage procedure.
-It is a natural treatment.

.....I need massage for recovering from sickness.

.....I need massage for relaxation.

.....It is my life style.

.....I'm visiting Thailand.

.....Other reasons (please fill).....

Section 4 Level of satisfaction in Thai massages services

Please grade your satisfaction for each section and item of the service that you have experienced.

Absolutely satisfactory	5
Satisfactory	4
Average	3
Not satisfy	2
Unsatisfactory and must be improved	1

ITEM	5	4	3	2	1
1. Massager staff					
1.1 Well trained and expertise					
1.2 Sincere manners					
1.3 Verbal conversation					
1.4 Staff clothing					
1.5 Kindness and interest					
1.6 Other (please mention).....					
2. Massage Procedure					
2.1 Sense of secure					
2.2 Styles of massage					
2.3 Reliability					
2.4 Stretch, press and pull					
2.5 Information given during massage					
2.6 Others (please mention).....					

<p>3. Services</p> <p>3.1 Treat with kindness and interest</p> <p>3.2 Consultation service</p> <p>3.3 Free drinks</p> <p>3.4 Other services (please mention).....</p>					
<p>4. Service Areas</p> <p>4.1 Cleanliness and Sanitation</p> <p>4.2 Location</p> <p>4.3 Size of treatment rooms</p> <p>4.4 Numbers of rest room</p> <p>4.5 Styles and Decorations</p> <p>4.6 Authentic Thai massage</p> <p>4.7 Lightness</p> <p>4.8 Directional signs and boards</p> <p>4.9 Other items (please fill)</p>					
<p>5. Massage tools and equipment</p> <p>5.1 Size of massage bed</p> <p>5.2 Bed sheet</p> <p>5.3 Pillow</p> <p>5.4 Safety</p> <p>5.5 Herbal usage</p> <p>5.6 Massage Oil</p> <p>5.7 Other item (please fill)</p>					
<p>6. Facilities</p> <p>6.1 Changing Cloths</p> <p>6.2 Service slippers</p> <p>6.3 Customers' lockers</p> <p>6.4 Rest area after treatment</p> <p>6.5 Waiting area</p>					

ITEM	5	4	3	2	1
6.6 Reading area					
6.7 Music and sound					
6.8 Restaurant					
6.9 Herbal drink					
6.10 Fitness room					
6.11 Other (please mention).....					

Section 5 Suggesttions and comments

1. How you expect the service quality of Thai Massage business?

(1.1)

(1.2)

2. Please give some suggestions for Thai Massage business development.

(2.1)

(2.2)

3. Please describe your ideal masseur.

(3.1)

(3.2).....

(3.3).....

(3.4)



ชื่อสถานบริการ.....อำเภอ.....

แบบสัมภาษณ์ลูกค้าในธุรกิจการนวดแผนไทย

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการการนวดแผนไทย เพื่อเป็นเครื่องมืออันหนึ่งที่จะนำไปพัฒนามาตรฐานของธุรกิจการนวดแผนไทย ขอความกรุณาท่านตอบตามความเป็นจริงและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนด้วย
แบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย X ลงหน้าข้อความที่เป็นจริง

1. เพศ(1) หญิง (2) ชาย
2. อายุของท่าน
 - (1) 30 ปี หรือน้อยกว่า
 - (2) 31 – 40 ปี
 - (3) 41 – 50 ปี
 - (4) มากกว่า 50 ปี (โปรดระบุ).....
3. ภูมิภาคที่ท่านอาศัยอยู่ จังหวัด.....
4. วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นหรือพื้นที่ใกล้เคียง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - (1) ชมธรรมชาติ
 - (2) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
 - (3) ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
 - (4) ชื่นชมประวัติศาสตร์
 - (5) สุขภาพ
 - (6) อื่นๆ (ระบุ).....
5. ท่านมีปัญหาในด้านสุขภาพที่ทำให้เสาะแสวงหาการนวดเพื่อการรักษาบ้างหรือไม่
 - (1) ไม่มี
 - (2) มี (ระบุ).....

ตอนที่ 2 ประสิทธิภาพในการใช้บริการนวดแผนไทย

6. ท่านเคยใช้บริการการนวดแผนไทยที่ใดบ้าง

- (1) จังหวัด.....
 (2) จังหวัด.....
 (3) จังหวัด.....

7. ความถี่ในการใช้บริการนวดแผนไทย

- (1) สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง
 (2) เดือนละ 1 – 2 ครั้ง
 (3) ปีละ 1-2 ครั้ง
 (4) นาน ๆ ครั้ง

8. ท่านเลือกสถานที่นวด โดย

- (1) ค้นหาจากอินเทอร์เน็ต
 (2) จัดไว้ในโปรแกรมทัวร์
 (3) คำบอกเล่าปากต่อปาก
 (4) แผ่นพับประชาสัมพันธ์
 (5) คนขับรถรับจ้างแนะนำ
 (6) พบโดยบังเอิญ
 (7) อื่น ๆ (ระบุ).....

9. ท่านได้รับรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทยจากแหล่งใด (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) จากสื่อบุคคล คือ
 (2) จากสื่อมวลชน คือ.....
 (3) จากสื่อเฉพาะกิจ คือ

10. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการนวดแต่ละครั้ง อย่างไร

- (1) 100 – 500 บาท
 (2) 501 – 900 บาท
 (3) 901 – 1,300 บาท
 (4) 1,301 – 1,700 บาท
 (5) มากกว่า 1,700 บาท (ระบุ)..... บาท

11. ท่านคิดว่าอัตราค่าบริการการนวดแผนไทยในปัจจุบัน เป็นอย่างไร

- (1) แพงเกินไป คือ..... บาท/ชั่วโมง
 และควรปรับราคาให้เหลือประมาณ..... บาท/ชั่วโมง
 (2) เหมาะสมแล้วคือ ประมาณ..... บาท/ชั่วโมง
 (3) ถูกมาก ๆ

12. ท่านเคยใช้บริการนวดแผนอื่นหรือไม่

- (1) ไม่เคย
- (2) เคยใช้บริการ จาก
 - (2.1) การนวดแผนจีน
 - (2.2) การนวดแบบชาวสวีเดน
 - (2.3) การนวดแบบอื่น (ระบุ).....

13. นอกจากการนวดแผนไทยแล้วท่านใช้บริการอะไรเพิ่มอีกในสถานบริการนี้

- (1) ไม่ใช้บริการอื่นอีกเลย
- (2) นวดหน้า
- (3) นวดฝ่าเท้า
- (4) อบตัว/อบสมุนไพร
- (5) อื่นๆ (ระบุ).....

14. ท่านมักจะใช้เวลาในการรับบริการนานเท่าใด

- (1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
- (2) ประมาณ 1 ชั่วโมง
- (3) มากกว่า 1 ชั่วโมง แต่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง
- (4) มากกว่า 2 ชั่วโมง

15. ท่านได้รับการคัดกรอง (ซักถามประวัติ) เพื่อจัดบริการนวดจากฝ่ายต้อนรับหรือหมอนวดอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ไม่มีการถามประวัติใดๆ
- (2) ซักถามประวัติ ปากเปล่า
- (3) กรอกข้อมูลเบื้องต้น
- (4) วิธีการอื่น (ระบุ).....

16. ท่านประสบปัญหาในการใช้บริการการนวดแผนไทยอย่างไรบ้าง

- (1) ไม่เคยประสบปัญหา
- (2) เคยประสบปัญหาบ้างคือ.....
- (3) ประสบปัญหาเป็นประจำคือ.....

ตอนที่ 3 โปรดกาเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ท่านเลือก

1. ในการจัดบริการการนวดแผนไทย ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งสำคัญที่สุดต่อธุรกิจการนวดแผนไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

-ความมีจิตใจเพื่อการบริการ (Service mind)
-ความปลอดภัยของลูกค้า
-ความชำนาญของหมอนวด
-การจัดบรรยากาศและคบแต่งสถานที่
-ความสะอาด
-การเลือกใช้สมุนไพร
-อัตราค่าบริการ
-บุคลิกภาพของหมอนวด
-สิ่งอำนวยความสะดวก
-มีบริการหลายอย่างให้เลือก
-ความยากง่ายในการเข้าถึงจุดบริการ
-อื่น ๆ (ระบุ).....

2. ท่านมีเหตุผลใดบ้างในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อดูแลสุขภาพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

-ค่าใช้จ่ายไม่แพง
-จิตใจวิธีการนวด
-เป็นวิถีทางธรรมชาติ
-ต้องนวดเพื่อแก้ไขความเจ็บป่วย
-เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน
-เป็นวิถีชีวิต (Life style)
-ต้องการเข้าถึงเมืองไทยจริงๆ
-อื่น ๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 4 ระดับของความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทย

กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านในเรื่องต่างๆ โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องทางขวามือ

พึงพอใจอย่างมาก	5
พึงพอใจปานกลาง	4
เฉย ๆ	3
ไม่พึงพอใจ	2
ไม่พึงพอใจอย่างมาก และควรปรับปรุง	1

รายการ	5	4	3	2	1
1. ด้านบุคลากร					
1.1 ความเชี่ยวชาญในการนวด					
1.2 กริยามารยาทของหมอนวด					
1.3 การพูดจาและใช้ถ้อยคำ					
1.4 ชุดแต่งกายของพนักงาน					
1.5 ความยิ้มแย้มแจ่มใส					
1.12 อื่น ๆ (ระบุ)					
2. ด้านวิธีการนวด					
2.1 ความรู้สึกปลอดภัยในการถูกนวด					
2.2 ท่าทางในการนวด					
2.3 ความรอบคอบของหมอนวด					
2.4 การยืด ดัด ดึงอวัยวะ					
2.5 การให้ข้อมูลระหว่างการนวด					
2.6 อื่น ๆ (ระบุ)					
3. ด้านการบริการ					
3.1 การต้อนรับ ดูแลและเอาใจใส่ลูกค้า					
3.2 การให้คำปรึกษา					
3.3 การบริการน้ำดื่มฟรี					
3.4 บริการอื่น ๆ เช่น					

รายการ	5	4	3	2	1
<p>4. ด้านสถานที่</p> <p>4.1 ความสะอาด และสุขอนามัย</p> <p>4.2 สถานที่ตั้งเหมาะสม</p> <p>4.3 ความกว้างขวางของห้อง / พื้นที่ให้บริการ</p> <p>4.4 มีห้องน้ำ ห้องสุขาพอเพียง</p> <p>4.5 การตกแต่งบรรยากาศ</p> <p>4.6 ความเป็นเอกลักษณ์ไทย</p> <p>4.7 ความเหมาะสมของแสงสว่าง</p> <p>4.8 มีป้ายบอกทางชัดเจน และเข้าใจ</p> <p>4.9 อื่นๆ (ระบุ)</p>					
<p>5. อุปกรณ์ในการนวด</p> <p>5.1 ขนาดของเตียงนวด</p> <p>5.2 ผ้าปูเตียง</p> <p>5.3 หมอนหนุน</p> <p>5.4 ความปลอดภัยของอุปกรณ์</p> <p>5.5 การใช้สมุนไพร</p> <p>5.6 น้ำมันทาถูนวด</p> <p>5.7 อื่นๆ (ระบุ)</p>					
<p>6. สิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>6.1 เสื้อผ้าสำหรับเปลี่ยน</p> <p>6.2 รองเท้าสำหรับเปลี่ยน</p> <p>6.3 ตู้เก็บของมีค่าของลูกค้า</p> <p>6.4 ที่พักผ่อนหลังการนวด</p> <p>6.6 พื้นที่รอกอย</p> <p>6.7 มุมอ่านหนังสือ</p> <p>6.8 มีการใช้เสียงเพลง หรือดนตรี</p> <p>6.9 ห้องอาหาร</p> <p>6.10 เครื่องดื่มสมุนไพร</p> <p>6.11 ห้องออกกำลังกาย</p> <p>6.12 อื่นๆ (ระบุ)</p>					

ตอนที่ 6 ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

1. ท่านคาดหวังเกี่ยวกับบริการและกิจการของการนวดแผนไทยอย่างไร

(1.1)

(1.2)

2. หมอนวดในอุดมคติของท่านเป็นอย่างไร

(2.1)

(2.2)

(2.3)

3. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจการของการนวดแผนไทยอะไรบ้าง

(3.1)

(3.2)



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามผู้จัดการ

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ที่ท่านเลือก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 25 ปี 25-29 ปี 30-34 ปี 35-39 ปี 40-44 ปี
 45-49 ปี 50-54 ปี ตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท
4. ตำแหน่ง เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ เจ้าของกิจการและผู้จัดการ
5. อัตราเงินเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,001 – 30,000 บาท
 มากกว่า 30,000 บาท
6. อายุการทำงานในจังหวัดขอนแก่น
 น้อยกว่า 1 ปี 1 - 5 ปี 6 - 10 ปี มากกว่า 10 ปี
7. ท่านมีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจนวดแผนไทยมาแล้วกี่ปี
 น้อยกว่า 1 ปี 1 - 3 ปี 4 - 6 ปี 7 - 9 ปี มากกว่า 9 ปี

ตอนที่ 2 ศักยภาพของกิจการ

1. กิจการของท่านจัดอยู่ในประเภท
 กิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อเสริมสวย
2. กิจการของท่านสามารถให้บริการลูกค้าพร้อมกันได้ครั้งละกี่คน
 5 - 9 คน 5 - 9 คน 10 - 14 คน 15 - 19 คน 20 - 24 คน
 25 - 29 คน 30 - 34 คน 35 - 39 คน 40 - 44 คน 45 - 49 คน
 มากกว่า 50 คน (ระบุ)..... คน
3. จำนวนพนักงาน ต่ำกว่า 5 คน 5 - 9 คน 10 - 14 คน 15 - 19 คน
 20 - 24 คน 25 - 29 คน ตั้งแต่ 30 คนขึ้นไป
4. จำนวนพนักงานที่ผ่านการอบรมและได้รับวุฒิบัตรจากสถาบัน มีประมาณ
 น้อยกว่า 30 % 30 - 49 % 50 - 69 % 70 - 89% ตั้งแต่ 90 % ขึ้นไป

5. บริการที่มีในกิจการของท่าน

- นวดแผนไทย นวดน้ำมัน นวดฝ่าเท้า อบประคบสมุนไพร
 อบไอน้ำ ชัดผิว หมักโคลน อ่างน้ำวน (จากขี้เถ้า)
 อื่น ๆ (ระบุ)..... อื่นๆ (ระบุ).....

6. บริการใดที่ทำรายได้มากที่สุด 3 อันดับแรก (เขียนลำดับ 1-3)

-นวดแผนไทย นวดน้ำมัน นวดฝ่าเท้า อบประคบสมุนไพร
อบไอน้ำ อ่างน้ำวน (จากขี้เถ้า) หมักโคลน ชัดผิว
อื่น ๆ (ระบุ)..... อื่นๆ (ระบุ).....

7. ปัจจุบันท่านเป็นสมาชิกของชมรม

- ไม่เป็นสมาชิก เพราะ.....
 เป็นสมาชิก
 ชมรมธุรกิจนวดแผนไทยจังหวัดขอนแก่น ชมรมธุรกิจสปาจังหวัดขอนแก่น
 ชมรมไทยสปา อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 3 การส่งเสริมการขาย

1. การโฆษณาของกิจการเน้น (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บริการที่ดี ความหรรษา / มีรสนิยม ความสะอาดสบาย
 บรรยากาศ ราคาที่ถูกลง บริการที่หลากหลาย
 การรับประกัน อื่นๆ (ระบุ).....

2. สื่อโฆษณาที่นิยมใช้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โทรทัศน์
 Internet อื่นๆ (ระบุ).....

3. รายการส่งเสริมการขาย นิยมทำโดย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ให้ผลประโยชน์ลูกค้าโดยตรง
 ผ่านคนกลาง โดยผ่าน บริษัทจัดนำเที่ยว ในประเทศ ต่างประเทศ
 มัคคุเทศก์
 บริษัทโฆษณา
 อื่นๆ (ระบุ).....

4. ท่านคิดว่าช่องทางใดที่นำลูกค้ามาให้ท่านได้มากที่สุด

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ มัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว
 ผู้ขับรถรับจ้าง อื่นๆ (ระบุ).....

4. การที่มีกิจการสแปว นวดแผนไทย และนวดเสริมความงามเกิดขึ้นอย่างมากมาย ทำให้มีผลกระทบต่อ
กิจการของท่านอย่างไรบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ยอดขายลดลง | <input type="checkbox"/> มีผลกำไรลดลง |
| <input type="checkbox"/> มีผลกำไรดีขึ้น | <input type="checkbox"/> ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ดีขึ้น |
| <input type="checkbox"/> ส่วนแบ่งการตลาดลดลง | <input type="checkbox"/> มีกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

5. ท่านได้ปรับตัวจากผลกระทบจากการที่มีกิจการเพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> สร้างพันธมิตรกับกิจการแหล่งอื่นๆ | <input type="checkbox"/> ขยายกิจการ / บริการให้มากขึ้น |
| <input type="checkbox"/> เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ | <input type="checkbox"/> ปรับปรุงการบริหารจัดการ |
| <input type="checkbox"/> รักษามาตรฐานเดิมไว้ | <input type="checkbox"/> ลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย |
| <input type="checkbox"/> เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการขาย | <input type="checkbox"/> การเปิดรับสมาชิก |
| <input type="checkbox"/> การเป็น Franchise | <input type="checkbox"/> สร้างความแตกต่างในด้านสินค้าและบริการ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

6. ท่านมีวิธีการในการรักษามาตรฐานด้านพนักงานอย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ฝึกอบรมกันเองภายในบริษัท | <input type="checkbox"/> เชิญครูฝึกจากข้างนอกมาสอน |
| <input type="checkbox"/> ส่งพนักงานไปอบรม | <input type="checkbox"/> ตรวจสอบการปฏิบัติงาน |
| <input type="checkbox"/> จัดทำคู่มือการทำงาน | <input type="checkbox"/> การพาไปดูงาน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

7. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ท่านประสบมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ

- 1.....
- 2.....
- 3.....

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามพนักงานบริการ

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง ที่ท่านเลือก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 20-24 ปี 25-29 ปี 30-34 ปี 35-39 ปี 40-44 ปี
 45-49 ปี 50-54 ปี ตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา ประถมปีที่ 4 ประถมปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 มัธยมศึกษาปีที่ 6
 ปวช. ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. ท่านเป็นคนจังหวัด.....
5. ท่านทำงานในตำแหน่ง
 พนักงานต้อนรับ พนักงานนวด พนักงาน.....
6. อัตราเงินเดือน
 ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001 – 6,000 บาท 6,001 – 9,000 บาท
 9,001 – 12,000 บาท 12,001 – 15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท
7. รายได้พิเศษ (ไม่รวมเงินเดือน) เดือนละประมาณ
 ต่ำกว่า 3,000 บาท 3,001 – 6,000 บาท 6,001 – 9,000 บาท
 9,001 – 12,000 บาท 12,001 – 15,000 บาท มากกว่า 15,000 บาท
8. อายุการทำงานในจังหวัดขอนแก่น
 น้อยกว่า 1 ปี 1 - 5 ปี 6 - 10 ปี มากกว่า 10 ปี
9. ท่านทำงานในธุรกิจนวดแผนไทยมาแล้วกี่ปี
 น้อยกว่า 1 ปี 1 - 3 ปี 4 - 6 ปี 7 - 9 ปี มากกว่า 9 ปี
10. ก่อนมาทำงานที่บริษัทนี้ ท่านทำงานอะไร
11. ท่านผ่านการอบรมจาก
 ไม่เคยอบรม ฝึกหัดกันเองในบริษัท
 หลักสูตรของกระทรวงสาธารณสุข หลักสูตรของ.....
 หลักสูตรของ.....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย / ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างมาก
 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
 3 หมายถึง เห็นด้วย
 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

รายการ	5	4	3	2	1
1. ท่านพอใจกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน					
2. ท่านได้รับการดูแลจากนายจ้างอย่างดี					
3. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่ดี					
4. ท่านคิดว่าบริษัทมีความมั่นคง					
5. ท่านพอใจกับรายได้					
6. ท่านคิดว่างานที่ทำอยู่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ					
7. ท่านพอใจกับจำนวนชั่วโมงในการทำงาน					
8. สภาพการทำงานแออัดเกินไป					
9. ความรู้และประสบการณ์ของท่านเพียงพอกับการทำงาน					
10. ท่านได้รับการเพิ่มพูนความรู้อย่างสม่ำเสมอ					

ตอนที่ 3 สภาพการทำงาน

1. ท่านทำงานวันละประมาณกี่ชั่วโมง

- 6-8 ชั่วโมง 9-11 ชั่วโมง 12-14 ชั่วโมง
 15-17 ชั่วโมง มากกว่า 17 ชั่วโมง

2. สวัสดิการที่ได้รับจากบริษัท

- รถรับส่ง อาหาร ชุดแต่งกาย ที่พัก
 เงิน โบนัส การประกันอุบัติเหตุ
 อื่นๆ (ระบุ)

3. ท่านต้องการสวัสดิการอื่นใดเพิ่มบ้าง

- เพียงพอแล้ว ไม่ต้องการเพิ่ม
 ต้องการเพิ่มในด้าน 1.....
 2.....

4. เหตุผลหลักที่ท่านยังทำงานอยู่ในกิจการนี้คือ (เขียนลำดับ 1-3)

....รายได้ดี

....ได้รู้จักกับนักท่องเที่ยว

....ชอบงานบริการ

....นายจ้างดูแลดี

....มีเพื่อนร่วมงานที่ดี

....อื่น ๆ (ระบุ)

5. ท่านเคยทำงานบริการ ผิดพลาดในเรื่องใดบ้าง

ไม่เคยผิดพลาด

เคยผิดพลาดเรื่อง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เครื่องแต่งกาย

ความสะอาด

ทะเลาะกับเพื่อน

พูดยาไม่สุภาพ

มีปัญหากับลูกค้า

มาสาย

เรื่องอื่น ๆ (ระบุ)

6. ถ้ามีโอกาสเลือก ท่านอยากเปลี่ยนไปทำงานอะไร

พอใจงานนี้อยู่แล้ว

อยากเปลี่ยนไปทำงาน

โรงแรม

ร้านอาหาร

เปิดกิจการส่วนตัว

ร้านเสริมสวย

อื่นๆ (ระบุ)

7. ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการทำงานของท่านมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ

1.....

2.....

3.....

Frequency Table

SEX

ภาคผนวก ง

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	280	35.0	35.0	35.0
	2.00	520	65.0	65.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	111	13.9	13.9	13.9
	2.00	299	37.4	37.4	51.3
	3.00	303	37.9	37.9	89.1
	4.00	87	10.9	10.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

NATIONAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	427	53.4	53.4	53.4
	2.00	373	46.6	46.6	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

SEX

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	156	36.5	36.5	36.5
	2.00	271	63.5	63.5	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	66	15.5	15.5	15.5
	2.00	146	34.2	34.2	49.6
	3.00	164	38.4	38.4	88.1
	4.00	51	11.9	11.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

SEX

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	124	33.2	33.2	33.2
	2.00	249	66.8	66.8	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	45	12.1	12.1	12.1
	2.00	153	41.0	41.0	53.1
	3.00	139	37.3	37.3	90.3
	4.00	36	9.7	9.7	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

PROVINCE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	42	11.3	11.3	11.3
	2.00	36	9.7	9.7	20.9
	3.00	35	9.4	9.4	30.3
	4.00	37	9.9	9.9	40.2
	5.00	38	10.2	10.2	50.4
	6.00	33	8.8	8.8	59.2
	7.00	15	4.0	4.0	63.3
	8.00	31	8.3	8.3	71.6
	9.00	34	9.1	9.1	80.7
	10.00	18	4.8	4.8	85.5
	11.00	54	14.5	14.5	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

PROVINCE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	164	38.4	38.4	38.4
	2.00	32	7.5	7.5	45.9
	3.00	35	8.2	8.2	54.1
	4.00	30	7.0	7.0	61.1
	5.00	45	10.5	10.5	71.7
	6.00	86	20.1	20.1	91.8
	7.00	35	8.2	8.2	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

PROBLEM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	425	53.1	53.1	53.1
	2.00	375	46.9	46.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

PROBLEM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	204	54.7	54.7	54.7
	2.00	169	45.3	45.3	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

PROBLEM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	221	51.8	51.8	51.8
	2.00	206	48.2	48.2	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	53	12.4	12.4	12.4
	3.00	208	48.7	48.7	61.1
	4.00	107	25.1	25.1	86.2
	5.00	59	13.8	13.8	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	30	8.0	8.0	8.0
	3.00	181	48.5	48.5	56.6
	4.00	136	36.5	36.5	93.0
	5.00	26	7.0	7.0	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I7

92

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	83	10.4	10.4	10.4
	3.00	389	48.6	48.6	59.0
	4.00	243	30.4	30.4	89.4
	5.00	85	10.6	10.6	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

OBJECT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	115	26.9	26.9	26.9
	2.00	42	9.8	9.8	36.8
	3.00	94	22.0	22.0	58.8
	4.00	105	24.6	24.6	83.4
	5.00	58	13.6	13.6	97.0
	6.00	13	3.0	3.0	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

I10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	258	32.3	32.3	32.3
	2.00	202	25.3	25.3	57.5
	3.00	228	28.5	28.5	86.0
	4.00	89	11.1	11.1	97.1
	5.00	23	2.9	2.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

I10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	211	49.4	49.4	49.4
	2.00	132	30.9	30.9	80.3
	3.00	71	16.6	16.6	97.0
	4.00	10	2.3	2.3	99.3
	5.00	3	.7	.7	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

I10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	47	12.6	12.6	12.6
	2.00	70	18.8	18.8	31.4
	3.00	157	42.1	42.1	73.5
	4.00	79	21.2	21.2	94.6
	5.00	20	5.4	5.4	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	124	15.5	15.5	15.5
	2.00	416	52.0	52.0	67.5
	3.00	260	32.5	32.5	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

I11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	97	22.7	22.7	22.7
	2.00	269	63.0	63.0	85.7
	3.00	61	14.3	14.3	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

I11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	27	7.2	7.2	7.2
	2.00	147	39.4	39.4	46.6
	3.00	199	53.4	53.4	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	231	28.9	28.9	28.9
	2.00	157	19.6	19.6	48.5
	3.00	83	10.4	10.4	58.9
	4.00	80	10.0	10.0	68.9
	5.00	79	9.9	9.9	78.8
	6.00	109	13.6	13.6	92.4
	7.00	61	7.6	7.6	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	289	36.1	36.1	36.1
	2.00	231	28.9	28.9	65.0
	3.00	280	35.0	35.0	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	117	27.4	27.4	27.4
	2.00	77	18.0	18.0	45.4
	3.00	53	12.4	12.4	57.8
	4.00	28	6.6	6.6	64.4
	5.00	40	9.4	9.4	73.8
	6.00	62	14.5	14.5	88.3
	7.00	50	11.7	11.7	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	167	39.1	39.1	39.1
	2.00	144	33.7	33.7	72.8
	3.00	116	27.2	27.2	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	114	30.6	30.6	30.6
	2.00	80	21.4	21.4	52.0
	3.00	30	8.0	8.0	60.1
	4.00	52	13.9	13.9	74.0
	5.00	39	10.5	10.5	84.5
	6.00	47	12.6	12.6	97.1
	7.00	11	2.9	2.9	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I9

95

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	1.00	122	32.7	32.7	32.7
	2.00	87	23.3	23.3	56.0
	3.00	164	44.0	44.0	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	1.00	575	71.9	71.9	71.9
	2.00	199	24.9	24.9	96.8
	3.00	26	3.3	3.3	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

I16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	1.00	311	72.8	72.8	72.8
	2.00	103	24.1	24.1	97.0
	3.00	13	3.0	3.0	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

I16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	1.00	222	59.5	59.5	59.5
	2.00	138	37.0	37.0	96.5
	3.00	13	3.5	3.5	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	1.00	50	6.3	6.3	6.3
	2.00	232	29.0	29.0	35.3
	3.00	400	50.0	50.0	85.3
	4.00	118	14.8	14.8	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

I14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	40	9.4	9.4	9.4
	2.00	116	27.2	27.2	36.5
	3.00	203	47.5	47.5	84.1
	4.00	68	15.9	15.9	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

I14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	2.7	2.7	2.7
	2.00	116	31.1	31.1	33.8
	3.00	197	52.8	52.8	86.6
	4.00	50	13.4	13.4	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

I12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	497	62.1	62.1	62.1
	2.00	303	37.9	37.9	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

I12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	247	57.8	57.8	57.8
	2.00	180	42.2	42.2	100.0
	Total	427	100.0	100.0	

I12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	250	67.0	67.0	67.0
	2.00	123	33.0	33.0	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

OBJECT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	114	30.6	30.6	30.6
	2.00	45	12.1	12.1	42.6
	3.00	69	18.5	18.5	61.1
	4.00	71	19.0	19.0	80.2
	5.00	54	14.5	14.5	94.6
	6.00	20	5.4	5.4	100.0
	Total	373	100.0	100.0	

OBJECT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	229	28.6	28.6	28.6
	2.00	87	10.9	10.9	39.5
	3.00	163	20.4	20.4	59.9
	4.00	176	22.0	22.0	81.9
	5.00	112	14.0	14.0	95.9
	6.00	33	4.1	4.1	100.0
	Total	800	100.0	100.0	

Statistics

		I6.9	I6.10	I6.11
N	Valid	800	787	800
	Missing	0	13	0
Mean		3.3975	3.4803	3.5475
Std. Deviation		1.4167	8.4517	6.8860

Statistics

		I4.1	I4.2	I4.3	I4.4	I4.5	I4.6
N	Valid	795	800	799	800	793	797
	Missing	5	0	1	0	7	3
Mean		4.2579	4.2000	3.8248	4.1550	4.0782	4.0903
Std. Deviation		.8766	.8327	.9104	.8227	.8537	.9573

Statistics

		I4.7	I4.8
N	Valid	799	799
	Missing	1	1
Mean		3.8385	3.6721
Std. Deviation		.9592	.9950

Statistics

		I4.1	I4.2	I4.3	I4.4	I4.5	I4.6 ⁹⁸
N	Valid	424	427	426	427	425	425
	Missing	3	0	1	0	2	2
Mean		4.2429	4.3372	3.9178	4.4450	4.1553	3.9976
Std. Deviation		.8615	.7683	.8998	.6527	.8408	.9627

Statistics

		I4.7	I4.8
N	Valid	427	427
	Missing	0	0
Mean		3.8244	3.7845
Std. Deviation		.9591	1.0072

Statistics

		I4.1	I4.2	I4.3	I4.4	I4.5	I4.6
N	Valid	371	373	373	373	368	372
	Missing	2	0	0	0	5	1
Mean		4.2749	4.0429	3.7185	3.8231	3.9891	4.1962
Std. Deviation		.8944	.8758	.9120	.8712	.8608	.9412

Statistics

		I4.7	I4.8
N	Valid	372	372
	Missing	1	1
Mean		3.8548	3.5430
Std. Deviation		.9603	.9662

Statistics

		I6.1	I6.2	I6.3	I6.4	I6.5
N	Valid	798	798	798	800	800
	Missing	2	2	2	0	0
Mean		3.8321	3.5038	3.9887	3.7450	3.8213
Std. Deviation		1.1006	1.2227	1.3548	1.0927	2.2345

Statistics

		I6.6	I6.7
N	Valid	799	800
	Missing	1	0
Mean		3.6783	3.9275
Std. Deviation		1.0645	.9544

Statistics

		I5.1	I5.2	I5.3	I5.4	I5.5	I5.6
N	Valid	800	800	798	800	790	794
	Missing	0	0	2	0	10	6
Mean		3.7800	3.8963	3.8195	4.0563	3.5734	3.9106
Std. Deviation		1.1037	1.1190	.9675	1.2450	1.1857	1.1521

Statistics

		I5.1	I5.2	I5.3	I5.4	I5.5	I5.6
N	Valid	427	427	426	427	421	422
	Missing	0	0	1	0	6	5
Mean		3.9930	3.9930	4.3286	3.9625	3.5701	3.9787
Std. Deviation		.9798	1.0128	.8758	1.1723	1.1824	.9232

Statistics

		I5.1	I5.2	I5.3	I5.4	I5.5	I5.6
N	Valid	373	373	372	373	369	372
	Missing	0	0	1	0	4	1
Mean		3.5362	3.7855	3.2366	4.1635	3.5772	3.8333
Std. Deviation		1.1854	1.2213	.7027	1.3168	1.1911	1.3634

Statistics

		I6.1	I6.2	I6.3	I6.4	I6.5
N	Valid	372	373	372	373	373
	Missing	1	0	1	0	0
Mean		3.8575	2.8365	3.6989	3.3566	3.8660
Std. Deviation		1.0608	.8875	1.7330	.9777	3.0068

Statistics

		I6.6	I6.7
N	Valid	373	373
	Missing	0	0
Mean		3.8123	3.9786
Std. Deviation		.9985	.9416

Statistics

		I1.1	I1.2	I1.3	I1.4	I1.5
N	Valid	372	373	372	373	373
	Missing	1	0	1	0	0
Mean		4.2285	3.7399	3.6989	3.7105	4.9437
Std. Deviation		.7111	.8421	1.7330	.8436	2.6436

Statistics

		I2.1	I2.2	I2.3	I2.4	I2.5
N	Valid	373	373	373	373	372
	Missing	0	0	0	0	1
Mean		4.0643	4.0912	4.1046	4.0992	3.1935
Std. Deviation		.7802	.8375	.8964	.8252	.5397

Statistics

		I2.1	I2.2	I2.3	I2.4	I2.5
N	Valid	427	427	427	427	426
	Missing	0	0	0	0	1
Mean		4.0820	4.0726	4.1265	4.0867	4.1925
Std. Deviation		.7754	.8176	.8683	.8417	.8120

Statistics

		I3.1	I3.2	I3.3	I3.4
N	Valid	427	421	422	421
	Missing	0	6	5	6
Mean		4.4005	4.1330	3.9787	4.0546
Std. Deviation		.7969	.8459	.9232	.9020

Statistics

		I3.1	I3.2	I3.3	I3.4
N	Valid	373	369	371	369
	Missing	0	4	2	4
Mean		4.9544	4.1030	2.4825	2.9079
Std. Deviation		.2088	.8786	.9679	1.2101

Statistics

		I6.1	I6.2	I6.3	I6.4	I6.5
N	Valid	426	425	426	427	427
	Missing	1	2	1	0	0
Mean		3.8099	4.0894	4.2418	4.0843	3.7822
Std. Deviation		1.1351	1.1762	.8262	1.0757	1.2110

Statistics

		I6.6	I6.7
N	Valid	426	427
	Missing	1	0
Mean		3.5610	3.8829
Std. Deviation		1.1071	.9643

Statistics

		I1.1	I1.2	I1.3	I1.4	I1.5
N	Valid	798	797	798	800	800
	Missing	2	3	2	0	0
Mean		4.2481	4.1317	3.9887	4.0475	4.6663
Std. Deviation		.7127	.8933	1.3548	.8433	1.8979

Statistics

		I2.1	I2.2	I2.3	I2.4	I2.5
N	Valid	800	800	800	800	798
	Missing	0	0	0	0	2
Mean		4.0738	4.0813	4.1163	4.0925	3.7268
Std. Deviation		.7772	.8264	.8810	.8336	.8578

Statistics

		I3.1	I3.2	I3.3	I3.4
N	Valid	779	790	793	790
	Missing	21	10	7	10
Mean		4.6765	4.1190	3.2787	3.5190
Std. Deviation		.6596	.8609	1.2036	1.2016

Statistics

		I1.1	I1.2	I1.3	I1.4	I1.5
N	Valid	426	425	426	427	427
	Missing	1	2	1	0	0
Mean		4.2653	4.5412	4.2418	4.3419	4.4239
Std. Deviation		.7146	.7421	.8262	.7253	.7256



4.1.8 ตาราง 2

	ไทย		ต่างชาติ		รวม	
ขนาดแผนจีน	50	20.3	41	16.4	91	18.3
สวีดิช	127	51.4	133	53.2	260	52.3
อื่น ๆ	70	28.3	76	30.4	146	29.4
	247	100.0	250	100.0	497	100.0

4.1.9 ตาราง 1

	ไทย		ต่างชาติ		รวม	
ไม่ใช้บริการอื่นอีกเลย	69	17.8	51	9.2	120	12.7
ขนาดหน้า	77	19.9	126	22.7	203	21.5
ขนาดฝ่าเท้า	118	30.5	180	32.4	298	31.6
อมตัว ออมสมุนไพร	107	27.6	85	15.3	192	20.4
อื่น ๆ	16	4.1	113	20.4	129	13.7
รวม	387	100.0	555	100.0	942	100.0

4.1.10 ตาราง 1

	ไทย		ต่างชาติ		รวม	
ไม่มีการถามประวัติใด ๆ	172	37.0	61	11.0	233	22.9
ซักถามปากเปล่า	239	51.4	121	21.8	360	35.3
กรอกข้อมูลเบื้องต้น	38	8.2	359	64.8	397	39.0
วิธีการอื่น ๆ	16	3.4	13	2.3	29	2.8
รวม	465	100.0	554	100.0	1019	100.0

4.1.11

	ไทย		ต่างชาติ		รวม	
ความมีจิตใจเพื่อการบริการ	326	12.3	385	17.6	711	14.7
ความปลอดภัยของลูกค้า	319	12.1	367	16.8	686	14.2
ความชำนาญของหมอนวด	300	11.4	348	15.9	648	13.4
การจัดบรรยากาศและตกแต่งสถานที่	215	8.1	107	4.9	322	6.7
ความสะอาด	284	10.7	209	9.6	493	10.2
การเลือกใช้สมุนไพร	147	5.6	65	3.0	212	4.4
อัตราค่าบริการ	297	11.2	191	8.7	488	10.1
บุคลิกภาพของหมอนวด	181	6.9	94	4.3	275	5.7
สิ่งอำนวยความสะดวก	195	7.4	88	4.0	283	5.9
มีบริการหลายอย่างให้เลือก	188	7.1	132	6.0	320	6.6
ความยากง่ายในการเข้าถึงจุดบริการ	166	6.3	186	8.5	352	7.3
อื่น ๆ	24	0.9	16	0.7	40	0.8
	2642	100.0	2188	100.0	4830	100.0

4.1.12

	ไทย		ต่างชาติ		รวม	
ค่าใช้จ่ายไม่แพง	245	21.9	189	13.3	434	17.1
ตั้งใจวิธีการนวด	159	14.2	172	12.1	331	13.1
เป็นวิธีทางธรรมชาติ	173	15.5	108	7.6	281	11.1
ต้องนวดเพื่อแก้ไขความเจ็บป่วย	167	14.9	95	6.7	262	10.3
เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน	284	25.4	413	29.2	697	27.5
เป็นวิธีชีวิต	55	4.9	94	6.6	149	5.9
ต้องการเข้าถึงเมืองไทยจริง ๆ	17	1.5	260	18.4	277	10.9
อื่น ๆ	19	1.7	85	6.0	104	4.1
	1119	100.0	1416	100.0	2535	100.0