

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มรดกทางวัฒนธรรมของคนไทยที่เก่าแก่และมีคุณค่า นำหวงแหน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นเวลาช้านาน ได้แก่ สรรพวิชาต่างๆ ที่บรรพบุรุษได้ค้นคิดไว้ วิชาการเหล่านั้นแม้จะดูเป็นสิ่งล้าสมัย ไม่เท่าทันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่เมื่อพิจารณาถึงคุณประโยชน์แพร่หลายและระยะเวลาอันยาวนานนับพันปี ที่ศาสตร์เหล่านี้ยังยงมา ทำให้คิดได้ว่าวิชาการเหล่านี้จะต้องมีสิ่งค้ำชูในตัวเอง มิเช่นนั้น คงไม่สามารถเข้าถึงจิตใจของประชาชนมาได้นานถึงเพียงนั้น ศาสตร์หรือวิชาการนั้นมีชื่อว่า หัตถศาสตร์ (ภทรา แสงदानุช, 2534 : 11)

ภทรา แสงदानุช (2534 : 59-61) ได้กล่าวไว้ว่านวดเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่มีมาแต่โบราณ มนุษย์ใช้การนวดบรรเทาความปวดเมื่อย การนวดพัฒนาขึ้นมาจากประสบการณ์ที่มนุษย์พบว่าวิธีใดได้ผลก็จดจำไว้และกลายเป็นความรู้ที่สืบทอดต่อกันมาหลายชั่วอายุคนการนวดไทยเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มักจะถ่ายทอดกันระหว่างญาติมิตรหรือ ผู้ใกล้ชิด ซึ่งมีผลในการสร้างความผูกพันทางจิตใจของคนในครอบครัว หรือชุมชนเล็กๆ ที่มีความเป็นอยู่เรียบง่าย แต่ในปัจจุบันความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือในชุมชนห่างเหินออกไป เนื่องจากสภาพสังคมที่ทุกคนต้องดิ้นรนต่อสู้เพราะความต้องการชีวิตสุขสบายอาการเจ็บไข้ได้ป่วยที่เกิดขึ้นพึ่งพาอยู่กับวิทยาการแพทย์และยาแผนตะวันตก และที่น่าวิตกคือผู้ที่ซื้อยากินเองโดยไม่ได้ปรึกษาแพทย์ ผลเสียที่ตามมา ได้แก่ การใช้ยาผิดใช้แก้ปวดมากเกินไปจนเป็นของประชาชน ก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจของชาติ จากการสั่งยาเข้ามาจากต่างประเทศและยังเกิดอาการแทรกซ้อนจากการใช้ยาตามมาอีกด้วย

พิศิษฐ เบญจมงคลวารี (2545 : 3) ได้กล่าวไว้ว่า การนวดไทย เป็นศิลปะการดูแลสุขภาพของคนไทยเรามาช้านานแล้วตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ซึ่งได้รับการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากบรรพบุรุษ จากรุ่นพ่อสู่รุ่นลูก จากครูสู่ลูกศิษย์ หรือจากมิตรสู่มิตร เราเรียกผู้ทำการนวดนี้ว่า “หมอนวด” ซึ่งโดยนัย หมายถึง ผู้ที่มีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอาการเจ็บป่วย โดยอาศัยการกดคลึงหรือบีบไปตามอวัยวะและกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ของร่างกาย การนวดจึงเป็นศิลปะของการรักษาที่อบอุ่น และให้ความรู้สึกที่ดีกับผู้ที่ได้รับการนวด ซึ่งได้รับความนิยมนจากทุกชนชั้นในสังคมไทย จนกระทั่งเราปรับเอาวัฒนธรรมการรักษาแบบตะวันตกเข้ามาดูแลสุขภาพการเจ็บป่วยความรู้และความนิยมเกี่ยวกับการนวดไทยจึงได้รับการเรียนรู้และยอมรับในกลุ่มคนบางกลุ่มที่สนใจเท่านั้น

ปัจจุบันการนวดไทยได้รับการฟื้นฟูให้กลับมาเป็นทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพของตนเองขึ้นพื้นฐาน (Alternative Medicine) และกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะกับคนไทยเท่านั้น คนหลายๆ ชาติที่รู้จักและเคยได้รับการนวดไทยต่างก็ชอบและสนใจที่จะเรียนรู้การนวดไทยกันมากขึ้น (พิศิษฐ เบญจมงคลวารี, 2545 : 5) และอาชีพการนวดไทยยังได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอันมาก เพราะนอกจากจะเป็นอาชีพที่ซื้อสัตย์สุจริตมีรายได้ทั้งดงามแล้ว ความรู้สึกที่ได้ทำการบำบัดรักษา และให้ความสุข ความสบายแก่ผู้อื่น ยังเป็นสิ่งที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการอาชีพ มีความอึดเอิบและสบายใจ (ภัทรา แสงदानุช, 2534 : 14)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้มีการดำเนินธุรกิจการนวดแผนไทยกันมากในปัจจุบัน ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร เป็นร้านที่เปิดดำเนินกิจการนวดแผนไทย ซึ่งเป็นการนวดเพื่อสุขภาพ เนื่องจากผู้เป็นเจ้าของกิจการมีความสนใจเกี่ยวกับการนวดแผนไทย ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการนวดไทย มาเป็นเวลา 1 ปี โดยการอบรมและการศึกษาดูงานก่อนที่จะมาเปิดดำเนินกิจการและได้เปิดดำเนินกิจการเมื่อเดือนธันวาคม 2546 แบ่งการให้บริการเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1. การนวดตัว 2. การนวดเท้า 3. การนวดสลายไขมัน 4. การนวดน้ำมัน หลังจากที่เปิดดำเนินกิจการได้เป็นระยะเวลา 3 เดือน พบว่ามีจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการร้านหัตถศิลป์ไทย น้อย ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทยในช่วง 3 เดือน มีดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร เดือนธันวาคม 2546 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2547

เดือน	จำนวนลูกค้า (คน)
ธันวาคม 2546	64
มกราคม 2547	70
กุมภาพันธ์ 2547	113
เฉลี่ยเดือนละ	82

(จිරินทร์ พงษ์ปากเพียร, สัมภาษณ์)

จากตารางจะเห็นได้ว่าจำนวนลูกค้าในแต่ละเดือนเพิ่มขึ้น แต่โดยเฉลี่ยแล้วมีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 82 คนต่อเดือน ซึ่งยังเป็นจำนวนที่น้อย ทำให้มีรายได้น้อย ถ้าหากว่าในเดือนต่อไปจำนวนลูกค้าไม่เพิ่มขึ้นจะทำให้ทางร้านพบกับปัญหาการขาดทุน และอาจจะต้องหยุดดำเนินกิจการ

ดังนั้นในเดือนมีนาคม 2547 เจ้าของกิจการ พนักงานในร้านและผู้วิจัย ได้ร่วมกันประชุมเพื่อปรึกษาหารือถึงปัญหาที่เกิดขึ้น คือ จำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทยน้อย ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย โดยร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์และข้อได้เปรียบเสียเปรียบของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยการใช้ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์ข้อเด่น ข้อด้อย โอกาสและข้อจำกัดดังนี้

ข้อเด่น (Strengths)

1. ทำเลที่ตั้งของร้านหัตถศิลป์ไทยอยู่ในเมืองสมุทรสาคร
2. ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้กับลูกค้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพร

ข้อด้อย (Weaknesses)

1. พนักงานยังขาดทักษะ ความชำนาญในงาน
2. ร้านหัตถศิลป์ไทยยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อความสะอาด
3. ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดี

โอกาส (Opportunities)

1. ปัจจุบันประชาชนนิยมการนวดแผนไทยกันมากขึ้น
2. ร้านหัตถศิลป์ไทยตั้งอยู่ในตัวเมืองทำให้สามารถสร้างลูกค้าประจำได้ง่าย
3. บริเวณใกล้เคียงมีสถานที่ราชการและร้านค้าตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก

ข้อจำกัด (Threats)

1. ที่จอดรถมีน้อย
2. ถนนบริเวณหน้าร้านแคบ
3. ในช่วงฤดูฝนถนนบริเวณหน้าร้านน้ำท่วมทุกปี

จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ของร้านหัตถศิลป์ไทย

จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัญหาของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร คือ พนักงานยังขาดทักษะความชำนาญในงาน และทางร้านยังขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำหลักวิทยาศาสตร์การพัฒนามาใช้ในการสร้างยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการบริการของร้านและสร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดให้ลูกค้าของกิจการเพิ่มขึ้น ได้ใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 พบว่าลูกค้าเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเดือนละ 177 คน

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยที่ผู้วิจัยจะสังเกตติดตามตรวจสอบหน่วยระบบการทำงานของยุทธศาสตร์ และนำเสนอผลการตรวจสอบยุทธศาสตร์ในรูปแบบงานวิจัย

ปัญหาการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนามีความเหมาะสมหรือไม่
2. การระบุปัญหาเป้าหมายมีความเหมาะสมหรือไม่ เมื่อปัญหาเป้าหมายได้รับการแก้ไขจะส่งผลให้ปัญหาทุกขั้วร่อนลดน้อยลงหรือไม่
3. การกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์มีความเหมาะสม สามารถช่วยแก้ไขปัญหาเป้าหมายหรือไม่
4. หน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์มีประสิทธิผล สามารถดำเนินการได้ผลดีและนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ได้หรือไม่
5. การใช้ทรัพยากรในบริบทมีความเหมาะสมและความคุ้มค่าหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

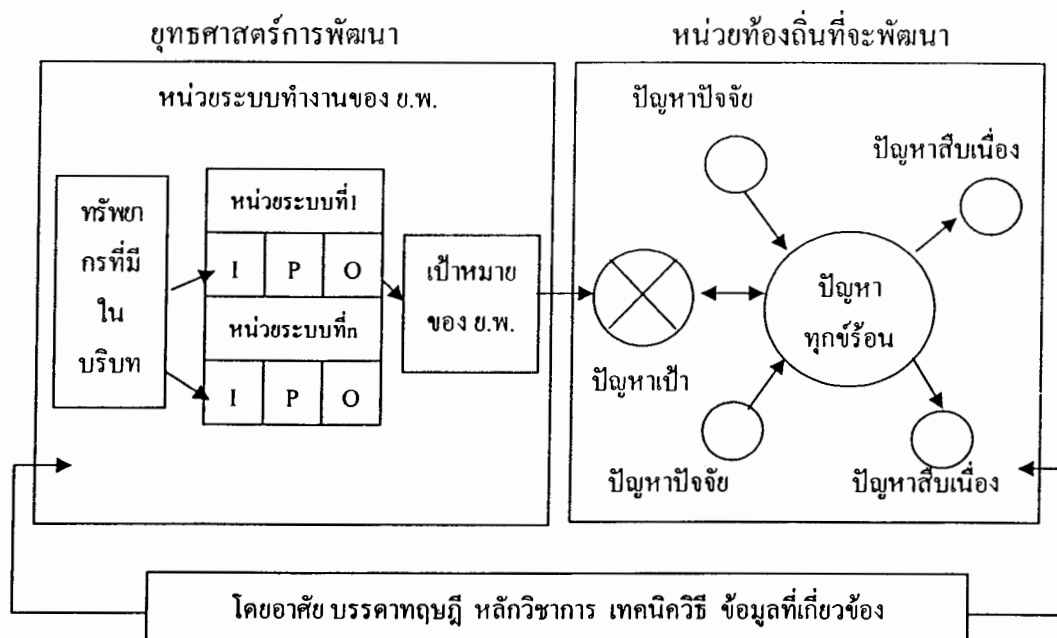
เพื่อตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะการวิจัยดังนี้

1. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา
2. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการระบุปัญหาเป้าหมาย
3. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์
4. เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์
5. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรในบริบท

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งยุทธศาสตร์ได้มีการดำเนินการแล้วตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 และได้ทำการตรวจสอบยุทธศาสตร์เมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 ถึงเดือนกันยายน 2548 ในการตรวจสอบยุทธศาสตร์ผู้วิจัยใช้โครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา มีลักษณะตามแผนภาพที่ 1 ดังนี้

ภาพที่ 1 โครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา



(เจเลียว บุรีภักดี และคนอื่นๆ, 2546)

จากภาพที่ 1 การตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เป็นการตรวจสอบประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา
 2. การระบุปัญหาเป้า
 3. การกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์
 4. การสร้างหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์
 5. การจัดทรัพยากรในบริบท
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวน

ผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย เจ้าของกิจการจำนวน 1 คน พนักงานจำนวน 2 คน และประชาชนที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 จำนวน 1,592 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงาน และประชาชนที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 ที่สามารถติดต่อได้จำนวน 310 คน โดยใช้เกณฑ์ตามตารางของเคอร์เชียและมอร์แกน (Kerjcie & Morgan, 1970 : 607-610 อ้างถึงใน สุวิมล ติรภานันท์, 2546 : 200-201)

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนาประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การระบุยุทธศาสตร์ ขั้นที่ 2 การตรวจสอบยุทธศาสตร์ และขั้นที่ 3 การทดลองยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบยุทธศาสตร์ขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 สำหรับขั้นที่ 3 เป็นการทดลองต่อไป ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะไม่ดำเนินการในขั้นที่ 3 เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้สร้างและดำเนินการยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

2. การตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนารั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลในการดำเนินงานยุทธศาสตร์ตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ การตรวจสอบให้แน่ชัดว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาอันหนึ่งอันใด ซึ่งมีกิตติศัพท์ว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่ดีนั้น โดยแท้จริงแล้วมีการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีได้อย่างไร

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด คือ แผนการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด โดยมีเป้าหมายเพื่อการเพิ่มด้านรายได้ และด้านลูกค้าของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร มีหน่วยระบบทำงาน 2 หน่วย ได้แก่ หน่วยระบบทำงานที่ 1 การส่งเสริมการตลาด หน่วยระบบทำงานที่ 2 การบริการที่สร้างความประทับใจ

ผู้ใช้บริการ คือ ผู้ที่เข้ามาทำการนวดที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547

ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการบริการที่ได้รับ จากร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ในด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่

การรับรู้ คือ กระบวนการตีความสิ่งที่เห็น สิ่งที่ได้ยิน และสิ่งที่รู้สึกด้วยประสาทสัมผัสของลูกค้านี่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบอย่างแน่ชัดว่ายุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยการส่งเสริมการตลาด และการบริการที่สร้างความประทับใจ มีขั้นตอนการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี คือ สามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการได้
2. สามารถนำยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยการส่งเสริมการตลาด และการบริการที่สร้างความประทับใจที่ได้ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทดลองใช้หรือปรับใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์กับผู้สนใจ