

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งยุทธศาสตร์ได้มีการปฏิบัติใช้ไปแล้วตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 มีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ปัญหาการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา มีความเหมาะสมหรือไม่
2. การระบุปัญหาเป้า มีความเหมาะสมหรือไม่ เมื่อปัญหาเป้าได้รับการแก้ไข จะส่งผลให้ปัญหาทุกข้ออื่นลดน้อยลงหรือไม่
3. การกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์ มีความเหมาะสม สามารถช่วยแก้ไขปัญหาเป้าได้หรือไม่
4. หน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์ มีประสิทธิผล สามารถดำเนินการได้ผลดี และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ได้หรือไม่

5. การใช้ทรัพยากรในบริบท มีความเหมาะสมและความคุ้มค่าหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะการวิจัยดังนี้

1. เพื่อตรวจสอบการความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา
2. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการระบุปัญหาเป้า
3. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์
4. เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์
5. เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรในบริบท

แผนแบบและขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การระบุยุทธศาสตร์การพัฒนา

ผู้วิจัยทำการเลือกยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จคือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ตามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและได้ทำการทดลองใช้ไป แล้วตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 เพื่อให้เป็นไป

ตามรูปแบบของการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนา ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ตามขั้นตอนของการระบุยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา
2. การระบุปัญหาเป้า
3. การกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์
4. การสร้างหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์
5. การจัดทรัพยากรในบริบท

ขั้นที่ 2 การตรวจสอบยุทธศาสตร์การพัฒนา

ขั้นตอนการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. การตรวจสอบความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา
2. การตรวจสอบความเหมาะสมของการระบุปัญหาเป้า
3. การตรวจสอบความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์
4. การตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์
5. การตรวจสอบความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากรในบริบท

ขั้นที่ 3 การทดลองยุทธศาสตร์การพัฒนา

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการทดลองต่อไปเหมือนกับที่ได้ดำเนินการไปแล้ว แต่เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสร้าง และได้ปฏิบัติใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ด้วยตนเองจึงไม่จำเป็นต้องทำการทดลองซ้ำในการวิจัยครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ ประกอบด้วยเจ้าของกิจการจำนวน 1 คน พนักงานจำนวน 2 คน และประชาชนที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 จำนวน 1,592 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ เจ้าของกิจการ พนักงาน และประชาชนที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 ที่สามารถติดต่อได้จำนวน 310 คน โดยใช้เกณฑ์ตามตารางของเคอร์ซีเยและมอร์แกน (Kerjcie & Morgan)

เครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม และแบบบันทึกในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร มีดังนี้

1. แบบสอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร
2. แบบบันทึกใช้เก็บเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตรวจสอบยุทธศาสตร์ ได้แก่ แบบบันทึกจำนวนผู้เข้าใช้บริการ แบบบันทึกรายรับรายจ่าย แบบบันทึกการประชุม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองดังนี้

1. แบบสอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภายหลังจากที่ได้ทำการทดลองใช้ยุทธศาสตร์แล้ว เมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 ถึงเดือนกันยายน 2548
2. เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น แบบบันทึกจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย แบบบันทึกรายรับรายจ่ายของร้านหัตถศิลป์ไทย แบบบันทึกการประชุม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า วิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ

1.2 การรับรู้ข้อมูลของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ

1.3 ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4 เปรียบเทียบจำนวนลูกค้าก่อน และระหว่างใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2)

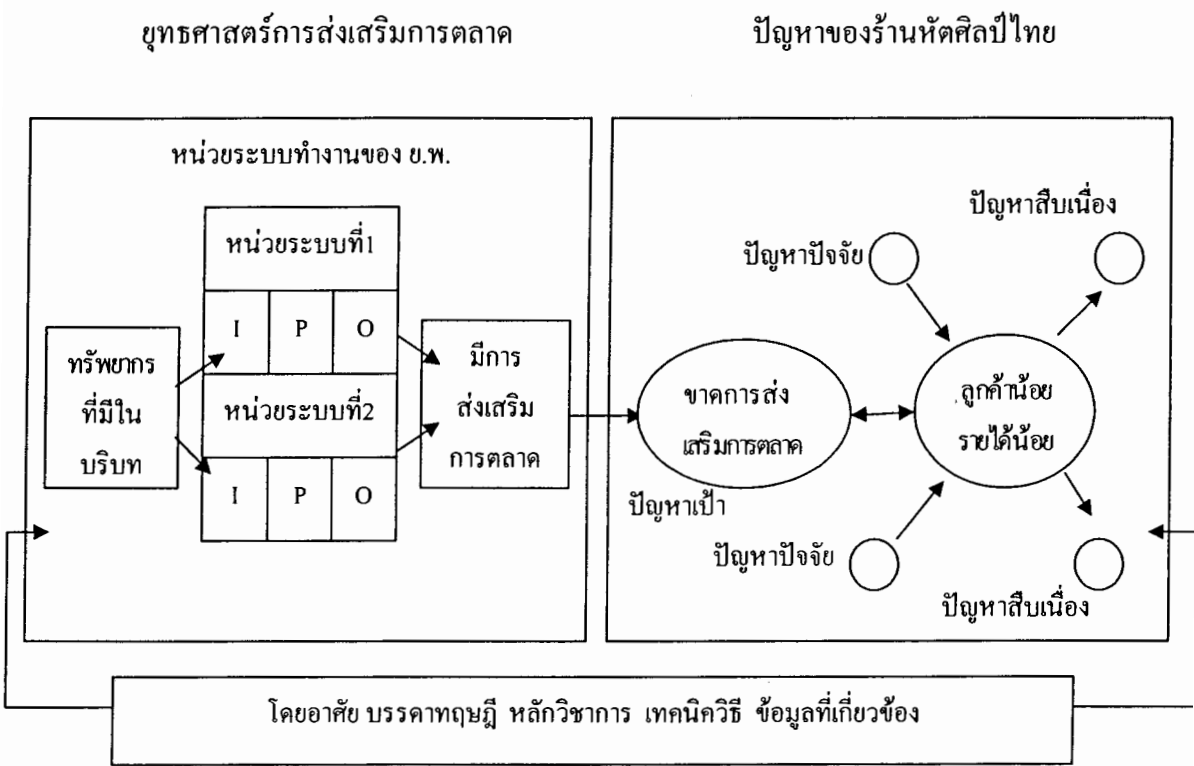
1.5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ของร้านก่อน และระหว่างใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าที (t-test)

2. ข้อมูลที่ได้จากเอกสารและหลักฐานของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำมาสรุปโดยใช้โดยใช้หลักความเป็นเหตุผล

สรุปผลการวิจัย

ผลการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบยุทธศาสตร์ ในระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 สามารถสรุปตามโครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา ที่ใช้ในหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา ได้ดังนี้

ภาพที่ 10 โครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร



จากภาพที่ 10 ผู้วิจัยสรุปผลการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ได้ดังนี้

1. ผลการตรวจสอบปัญหาเชิงพัฒนามีความเหมาะสม พบว่า ในเดือนมีนาคม 2547 เจ้าของกิจการ พนักงานในร้าน และผู้วิจัย ได้ร่วมกันประชุมเพื่อปรึกษาหารือถึงปัญหาที่เกิดขึ้น คือ จำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทยน้อย ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย โดยร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์และข้อได้เปรียบเสียเปรียบของร้านหัตถศิลป์ไทย SWOT Analysis และจาก

การวิเคราะห์สถานการณ์ ของร้านหัตถศิลป์ไทย โดยการใช้ SWOT Analysis ทำให้ทราบถึงปัญหา ที่ควรแก้การนำมาพัฒนา

2. ผลการตรวจสอบการกำหนดปัญหาเป้าหมายมีความเหมาะสม พบว่า ผู้วิจัย เจ้าของกิจการ และพนักงานในร้าน ได้ร่วมกันประชุมเพื่อวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา และร่วมกันวิเคราะห์ สถานการณ์ของร้านหัตถศิลป์ไทย โดยการใช้ SWOT Analysis ทำให้ได้ปัญหาเป้าหมายที่สำคัญในการ ดำเนินการแก้ไข คือ ขาดการส่งเสริมการตลาดทำให้ลูกค้าน้อย

3. ผลการตรวจสอบการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์มีความเหมาะสม พบว่า การดำเนินยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 สามารถทำให้ลูกค้าของกิจการเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเดือนละ 177 คน ซึ่งก่อนการดำเนินยุทธศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดมีลูกค้ามาใช้บริการโดยเฉลี่ยเดือนละ 82 คน เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยจำนวน ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย ก่อนและระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดยังสามารถทำให้รายได้ของกิจการเพิ่มโดยเฉลี่ยเดือนละ 33,611.11 บาท ซึ่งก่อนการดำเนินยุทธศาสตร์ การส่งเสริมการตลาด รายได้ของกิจการเฉลี่ยเดือนละ 15,666.67 บาท เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ ของกิจการก่อนและระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการตรวจสอบประสิทธิผลของประสิทธิภาพของหน่วยระบบทำงาน มีความเหมาะสม พบว่า ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย 2 หน่วยระบบทำงาน ได้แก่ หน่วยระบบทำงานที่ 1 การส่งเสริมการตลาด หน่วยระบบทำงานที่ 2 การบริการที่สร้างความประทับใจ ขั้นตอนการทำงานของทั้ง 2 หน่วยระบบ พบว่า ทุกขั้นตอนในหน่วยระบบทำงานได้ใช้ทรัพยากร ถูกนำมาเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) จากนั้นเกิดกระบวนการ (Process) และนำไปสู่ผลผลิต (Output) สรุปได้ว่าทุกกระบวนการสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีทำให้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเป็น ยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี กล่าวคือ ผลผลิตของหน่วยระบบทำงานที่ 1 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 51.0 รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยมาใช้บริการ รองลงมา ร้อยละ 21.6 รับรู้ข้อมูลจากการสอบถามข้อมูลด้วยตนเอง และร้อยละ 14.5 รับรู้ข้อมูลจากแผ่นพับ และใน การส่งพนักงานไปอบรม พบว่า พนักงานได้รับใบรับรองผ่านการฝึกยกระดับฝีมือ ได้รับใบรับรองใน การทดสอบมาตรฐานฝีมือ และได้รับใบรับรองผ่านการอบรม สำหรับผลผลิตของหน่วยระบบทำงาน ที่ 2 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย มีความพอใจต่อการบริการในระดับมาก

5. ผลการตรวจสอบการใช้ทรัพยากรมีความเหมาะสม พบว่า การจัดสรรทรัพยากรใน บริบท เพื่อนำมาใช้ในยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมและคุ้มค่า เนื่องจาก

ทรัพยากรที่นำมาใช้ส่วนมากนำมาจากบริบทภายในชุมชน และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากหน่วยระบบการทำงานต่างๆ ก่อให้เกิดผลดีต่อการดำเนินกิจการของร้านหัตถศิลป์ไทย

6. ผลของระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการของร้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของร้านหัตถศิลป์ไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D = 0.27)

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำผลการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร เพื่ออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยมีดังนี้

1. ความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา พบว่า ผลการตรวจสอบการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนามีความเหมาะสม ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับจำนวนเฉลี่ยผู้เข้าใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทยน้อย และรายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย เจ้าของกิจการ พนักงาน และผู้วิจัยได้ร่วมกันประชุมเพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดการมีส่วนร่วม ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การปฏิบัติกิจการใดๆ ที่ชุมชนประชาชนบุคคลในกลุ่ม หรือหน่วยงาน ร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมกำลังกาย ร่วมกำลังคิดในการประกอบกิจการนั้นให้บรรลุความสำเร็จสูงสุด (วันพร จันท์เวโรจน์, 2543 : 19) และเทคนิคในการวิเคราะห์ปัญหาโดยใช้ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันของร้านหัตถศิลป์ไทย โดยใช้ข้อมูลและบริบทที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริง ทำให้ได้ปัญหาที่แท้จริง ดังนี้ ปัญหาทุกข้อร้อนได้แก่ จำนวนผู้เข้าใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทยน้อย ปัญหาปัจจัย ได้แก่ พนักงานขาดทักษะ ความชำนาญในงาน ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี ปัญหาสืบเนื่อง ได้แก่ รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย สรุปได้ว่าการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนามีความเหมาะสมตามหลักการของยุทธศาสตร์การพัฒนา

2. ความเหมาะสมของการเลือกปัญหาเป้า พบว่า ผลการตรวจสอบการเลือกปัญหาเป้าหมายมีความเหมาะสม ในการเลือกปัญหาเป้าหมายในครั้งนี้ผู้วิจัย เจ้าของกิจการ และพนักงานในร้านได้ร่วมกันวิเคราะห์สาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหา โดยร่วมกันประชุมและร่วมกันวิเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้หลักการ SWOT Analysis เมื่อวิเคราะห์ปัญหาพบว่า จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย โดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อย มีผลทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย พนักงานขาดทักษะความชำนาญในงาน และขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดีจากการวิเคราะห์สภาพปัญหา ได้มีการเลือกปัญหาเป้า คือ ขาดการส่งเสริมการตลาดทำให้ลูกค้าน้อย สรุปได้ว่าการกำหนดปัญหาเป้าหมายมีความเหมาะสม เพราะความแม่นยำของปัญหาเป้าหมายต่อการแก้ไข ปัญหาทุกข้อร้อน พบว่า เมื่อปัญหาเป้าได้รับการแก้ไขสามารถทำให้ปัญหาทุกข้อร้อนลดลงได้

3. ความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์ พบว่า ผลการตรวจสอบการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์มีความเหมาะสม เป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ สร้างการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการ จากผลการดำเนินการยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดในช่วงเดือนเมษายน 2547 ถึงธันวาคม 2547 นั้นทำให้มีผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย โดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนลูกค้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ และยังมีผลทำให้รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้นด้วย ในการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนา มีความถูกต้องเหมาะสมตามหลักวิชาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาของ เฉลียว นูริภักดี (2546 : 2/20) ซึ่งในการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนานั้น เป้าหมายของยุทธศาสตร์ ต้องมีจุดมุ่งไปที่ปัญหาเป้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนฤดี ธาตุอำนาจชัย (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย รวมทั้งวิเคราะห์ถึงวิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ พบว่าวิธีการส่งเสริมการตลาดมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ผู้ชมยอมรับโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ การใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์มากขึ้น สำหรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจำนวนผู้เข้าใช้บริการที่ร้านเพิ่มขึ้นและรายได้ของร้านเพิ่มขึ้น การดำเนินยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย สามารถทำให้ลูกค้าและรายได้ของกิจการเพิ่มขึ้น

4. ความเหมาะสมของหน่วยระบบทำงาน พบว่า ผลการตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์ทั้ง 2 หน่วยระบบทำงาน ได้แก่ หน่วยระบบทำงานที่ 1 การส่งเสริมการตลาด หน่วยระบบทำงานที่ 2 การบริการที่สร้างความประทับใจ พบว่า หน่วยระบบทำงานทั้ง 2 หน่วยระบบ สามารถตรวจสอบและแสดงความเป็นเหตุเป็นผลได้เมื่อผู้วิจัยได้สังเกตและติดตามทุกขั้นตอนในหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์ พบทรัพยากรถูกนำมาเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) จากนั้นเกิดกระบวนการ (Process) และนำไปสู่ผลผลิต (Output) ทำให้สามารถสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ดังกล่าวมีประสิทธิภาพจริงและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นตรงตามเป้าหมายก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีและสิ่งที่ค้นพบจากการดำเนินยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดของร้านหัตถศิลป์ไทย โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการแจกแผ่นพับ เป็นการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าเกี่ยวกับการบริการของร้าน ซึ่งศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541 : 89) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก สำหรับลูกค้าของร้านหัตถศิลป์ไทย ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ

ของร้านจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยมาใช้บริการ อาจเป็นเพราะงานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่สามารถจับต้องได้ดังที่ คอทเลอร์ (Kotler, 1988 : 447) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพจน์ ทองปุย (2538) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การรับรู้ข่าวสารที่นำไปสู่การใช้บริการธุรกิจนวดแผนโบราณในจังหวัดนนทบุรี” พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการธุรกิจนวดแผนโบราณเกิดจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อชนิดอื่น การรับรู้จากสื่อบุคคลโดยวิธีการได้รับคำชวน แนะนำ การบอกเล่า ดังนั้นก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย อาจจะทำการสอบถามข้อมูลการบริการจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ หรือมาสอบถามข้อมูลด้วยตนเองที่ร้าน เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการที่จะมาใช้บริการ และลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการบริการ และได้รับการบริการที่ดีจากร้าน ก็จะนำข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับการบริการที่ได้รับไปบอกต่อกับคนรู้จัก ทำให้ผู้ที่ได้รับรู้ข้อมูลมีความสนใจที่จะมาใช้บริการมากขึ้น ส่วนความคิดเห็นของลูกค้าในการมาใช้บริการครั้งต่อไป พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการอีก รองลงมาเป็นกลับมาใช้บริการและแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาใช้บริการ ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่ และไม่กลับมาใช้บริการอีก ตามลำดับ สำหรับลูกค้าที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวจีนที่ผ่านมาใช้บริการโดยบังเอิญ ไม่ได้อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และไม่สะดวกที่จะเดินทางมาใช้บริการ สำหรับลูกค้าที่จะไม่กลับมาใช้บริการอีก จะเป็นลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างประเทศ

5. ความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากร พบว่า ผลการตรวจสอบการใช้ทรัพยากร มีความเหมาะสม เพราะทรัพยากรที่นำมาใช้ส่วนมากอยู่ในบริบทของจังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ เจ้าของกิจการ เป็นผู้ที่มีความชำนาญและประสบการณ์ในอาชีพการนวดแผนไทยโดยได้ไปศึกษาดูงาน และศึกษาหาความรู้ให้กับตนเองอยู่เสมอซึ่งจิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543 : 8-10) กล่าวว่าความสำคัญต่อผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าเพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจกับการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินกิจการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง ดังนั้นเจ้าของกิจการร้านหัตถศิลป์ไทย จึงมีการพัฒนาร้านของตนเองอยู่เสมอ พนักงานในร้าน เป็นบุคลากรที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับธุรกิจ ทางร้านได้จัดให้มีการอบรมพนักงานเพื่อเป็นการสร้างทักษะความชำนาญให้กับพนักงานซึ่งจิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2543 : 8-10) กล่าวว่า ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ ธุรกิจงานบริการที่ตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานบริการให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการ ทำให้ผู้บริการได้รับรายได้มากยิ่งขึ้น และภัทรา แสงदानุช (2534 : 25-26) ได้กล่าวว่า วิชาความรู้เกี่ยวกับการนวดนั้นได้จารึก

ไว้บนแผ่นหินอ่อน บนจารึกเหล่านั้นประกอบด้วยภาพแกะลายแสดงจุดต่างๆ ในร่างกายมนุษย์ ประกอบคำอธิบายถึงเส้นและจุดต่างๆ ว่านวดแก้อาการใด มิได้มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการนวด ทำนวด หรืออื่นๆ อยู่ด้วย จารึกเหล่านี้เมื่อนำไปรวมกับการฝึกภาคปฏิบัติ โดยผู้ทรงความรู้ทางหัตถศาสตร์โดยตรง ก็สามารถใช้เป็นบทเรียนในการศึกษาทางด้านการนวดแบบโบราณหรือแบบไทย ที่มีมาแต่อดีตได้อย่างดี ดังนั้นทางร้านจึงได้จัดให้มีการอบรมพนักงานขึ้น แผ่นพับ เป็นวิธีส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า สถานที่จัดอบรม เป็นสถานที่ที่อยู่ใกล้เคียงกับบริเวณร้านทำให้ผู้ที่เดินทางไปอบรมมีความสะดวกสบายในการเดินทาง ระยะเวลาอบรม สำหรับระยะเวลาที่ใช้เป็นไปตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข เอกสารประกอบการอบรม มีเนื้อหาเป็นไปตามเรื่องที่อบรม ลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนมากเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับร้านมีความสะดวกสบายต่อการเดินทางมาใช้บริการ อุปกรณ์การบริการที่นำมาใช้ที่ร้านมีความสะดวกและได้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ ร้านหัตถศิลป์ไทย เป็นสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและทำกิจกรรมต่างๆ เป็นสถานที่ที่อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน งบประมาณ เป็นค่าใช้จ่ายที่นำมาใช้ในการดำเนินกิจการต่างๆ เช่น การอบรมพนักงาน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาด้านความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากร พบว่า ได้มีการเลือกใช้ทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสม เนื่องจากเป็นทรัพยากรในชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร เมื่อเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากหน่วยระบบทำงานต่างๆ นั้น ก่อให้เกิดผลที่ดีต่อการดำเนินกิจการของร้านหัตถศิลป์ไทย

6. ผลของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของร้าน

จากการดำเนินยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริการของร้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านพฤติกรรมพนักงานที่ให้บริการที่เป็นบุคลากรของร้าน เป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.35) ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านการนวด การพูดคุย การต้อนรับ ความสุภาพ และการแต่งกายของพนักงานตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อาจเป็นผลมาจากทางร้านได้จัดให้มีการอบรมพนักงาน ทำให้พนักงานมีทักษะความชำนาญในการปฏิบัติงาน มีการนวดที่ถูกวิธี ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในฝีมือการนวดของพนักงาน รวมทั้งพนักงานในร้านแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการกล่าวคำว่า สวัสดี กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและกล่าวว่า ขอบคุณ เมื่อลูกค้าใช้บริการเสร็จแล้วทุกครั้ง รองลงมามีความพึงพอใจในด้านการบริการของร้าน ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.37) ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการ อุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการนวด ระยะเวลาที่ใช้ในการนวด และราคาค่าบริการตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อาจเป็นเพราะทางร้านนำผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพรมาใช้กับลูกค้า มีการเตรียมชุดไว้สำหรับผู้ที่มาใช้บริการนวด มีตู้ล็อกเกอร์ไว้สำหรับเก็บสิ่งของต่างๆ ของลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมทั้งอุปกรณ์ที่นำมาใช้บริการมีความสะอาดได้มาตรฐาน รวมทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการนวดมีความเหมาะสมกับราคาค่าบริการ และลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านสถานที่เป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.33) ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในความสะดวกของสถานที่ อุณหภูมิของร้าน กลิ่นภายในร้าน บรรยากาศในการตกแต่งร้าน ที่จอดรถตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทุกข้อลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะสถานที่ต่างๆ ภายในร้านมีความสะอาด เป็นระเบียบ มีการตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศไว้ที่ 25 องศา สำหรับที่จอดรถลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากว่าถนนหน้าร้านแคบสามารถจอดได้เพียง 1 คัน ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการต้องจอดไว้ที่บริเวณปากซอยแล้วเดินเข้ามาที่ร้าน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านหัตถศิลป์ไทยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร จรัสพันธุ์กุล (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานพยาบาลเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ดีต่อการใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียงให้บริการ มีสินค้าและบริการที่มีระดับราคาหลากหลายให้บริการ ด้านราคา ได้แก่ มีการรับชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต ราคาสินค้าและบริการไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาดและปลอดภัย มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ สินค้าและบริการมีการให้ส่วนลด มีการแจ้งข่าวสารและแนะนำสินค้าโดยพนักงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีสุตา ชัยชนะ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า การประเมินทางเลือกนั้นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประเมินทางเลือกในการใช้บริการสปาดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ นวดแผนไทยราคาต่อครั้งต่อชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท ปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในที่จอดรถ ปัจจัยด้านบุคคลให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พูดยาไพเราะ บริการด้วยความระมัดระวัง สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สถานที่สะอาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การจัดเตรียมห้องให้เรียบร้อยก่อนลูกค้าจะเข้าห้อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปามากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านหัตถศิลป์ไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านพฤติกรรมพนักงาน รองลงมา คือ ด้านการบริการ และด้านสถานที่ของร้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว พบว่า เป็นยุทธศาสตร์ที่ดี เนื่องจากองค์ประกอบของยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนาการระบุปัญหาเป้าหมาย การกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์ การสร้างหน่วยระบบทำงาน และการจัดสรรทรัพยากรในบริบทที่เหมาะสม เมื่อตรวจสอบแล้วสามารถทำให้จำนวนลูกค้าและรายได้เพิ่มขึ้น ยุทธศาสตร์สามารถนำมาใช้กับร้านที่มีบริบทหรือลักษณะที่ใกล้เคียงกับร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาครได้

1.2 ผู้บริหารของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ควรมีการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจพิจารณากระแสความต้องการของลูกค้ามากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดในแต่ละไตรมาส ทั้งนี้เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและรายได้ของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการประเมินผลยุทธศาสตร์ภายหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ หรือติดตามจำนวนลูกค้าและรายได้ของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

2.2 ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2.3 ควรมีการวิจัยปรับใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการในร้านอื่น ๆ