

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากผู้ประกอบการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานและมีรายชื่ออยู่ในทำเนียบสาธารณสุข เชียงใหม่ จำนวน 90 ราย โดยการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาจากประชากรทั้งหมดโดยสอบถามจาก เจ้าของกิจการ หรือผู้จัดการทั่วไปกิจการละ 1 คน ซึ่งผู้ศึกษาสามารถเก็บแบบสอบถามจาก ผู้ประกอบการทั้งหมดได้ 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 จึงทำการศึกษาจากจำนวนข้อมูลที่ได้นี้ โดย แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งในกิจการ(ตารางที่ 1 – 8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านนวดเพื่อสุขภาพ

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ ระยะเวลาในการประกอบกิจการ จำนวนบุคลากร และทำเลที่ตั้ง (ตารางที่ 9 – 22)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของร้านนวดเพื่อสุขภาพในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลการดำเนินงานของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย การบริหารจัดการด้านองค์กรและการจัดการ ด้านการผลิตและการปฏิบัติการ ด้าน การตลาด และด้านการเงิน (ตารางที่ 23 – 75)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาจากการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพประกอบด้วย ปัญหา ด้านองค์กรและการจัดการ ปัญหาด้านการผลิตและการปฏิบัติการ ปัญหาด้านการตลาด และปัญหา ด้านการเงิน (ตารางที่ 76 – 84)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	11	14.1
หญิง	67	85.9
รวม	78	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยเพศหญิงมีจำนวน 67 คน คิดเป็น ร้อยละ 85.9 และเพศชาย มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	5	6.4
26 – 30 ปี	2	2.6
31 – 40 ปี	44	56.4
41 – 50 ปี	21	26.9
มากกว่า 50 ปี	6	7.7
รวม	78	100

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมา คืออายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และอายุมากกว่า 50 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	37	47.4
สมรส	35	44.9
อื่นๆ (หม้าย/หย่าร้าง)	6	7.7
รวม	78	100

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 และอื่นๆ (หม้าย/หย่าร้าง) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./เทียบเท่า	24	30.8
อนุปริญญา/ปวส./ หรือ เทียบเท่า	29	37.2
ปริญญาตรี	22	28.2
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.8
รวม	78	100

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับอนุปริญญา/ปวส./ หรือ เทียบเท่า มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมา คือ ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./เทียบเท่า มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	53	67.9
ผู้จัดการร้าน	25	32.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 และผู้จัดการร้าน มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจที่เคยทำ ก่อนทำธุรกิจหมวดเพื่อสุขภาพ

ประเภทของธุรกิจที่เคยทำ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	53	67.9
เคยแต่เลิกไปแล้ว	13	16.7
เคยและปัจจุบันยังทำอยู่	12	15.4
รวม	78	100

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยประกอบธุรกิจอื่นก่อนทำธุรกิจหมวดเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ เคยทำธุรกิจแต่เลิกไปแล้วมีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และเคยทำธุรกิจอื่นจนกระทั่งปัจจุบันยังทำอยู่ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจที่เคยทำ แต่เลิกไปแล้ว ก่อนทำธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย	1	7.7
รับจ้าง	4	30.8
พนักงานบริษัท	1	7.7
เสริมสวย	3	23.1
โรงแรม	1	7.7
ธุรกิจส่วนตัว	3	23.1
รวม	13	100

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำธุรกิจอื่นก่อนทำธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและปัจจุบันเลิกทำธุรกิจนั้นแล้ว จำนวน 13 คน

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยประกอบธุรกิจอื่นก่อนทำธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพแต่เลิกไปแล้วส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ธุรกิจเสริมสวยและธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจที่เคยทำ ก่อนทำธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและปัจจุบันยังทำอยู่

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย	6	50
Travel Agent	3	25
โรงแรม	1	8.3
ธุรกิจส่วนตัว	2	16.7
รวม	12	100

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำธุรกิจอื่นก่อนทำธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและปัจจุบันยังทำธุรกิจนั้นอยู่ จำนวน 12 คน

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยทำธุรกิจอื่นและปัจจุบันยังทำอยู่ พร้อมกับธุรกิจขนาดเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่ ทำธุรกิจค้าขาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ Travel Agent มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านนวดเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	73	93.6
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	2	2.6
บริษัทจำกัด	3	3.8
รวม	78	100

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจขนาดเพื่อสุขภาพ เป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 93.6 รองลงมาคือ บริษัทจำกัด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และห้างหุ้นส่วนสามัญ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ดำเนินการกิจการ

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	3	3.8
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	4	5.1
3 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถึง 5 ปี	25	32.1
5 ปีขึ้นไป	46	59.0
รวม	78	100

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวเพื่อสุขภาพเป็นระยะเวลา 5 ปีขึ้นไป มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ 3 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถึง 5 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบอาคาร

รูปแบบอาคาร	จำนวน	ร้อยละ
ตึกแถวหนึ่งห้อง	38	48.7
ตึกแถว 2 ห้อง	26	33.3
ตึกแถว 3 ห้อง	4	5.1
อื่นๆ	10	12.8
รวม	78	100

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง ร้านตั้งอยู่ในโรงแรม ตึกแถว 4 ห้อง อาคารขนาดใหญ่และตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวเพื่อสุขภาพ โดยมีรูปแบบอาคารเป็น ตึกแถวหนึ่งห้อง มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ ตึกแถว 2 ห้อง มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดพื้นที่

ขนาดพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 ตรม.	13	16.7
51 – 100 ตรม.	5	6.4
101 – 250 ตรม.	15	19.2
เกินกว่า 250 ตรม.	2	2.6
ไม่ระบุขนาด	43	55.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีขนาดของพื้นที่สำหรับร้าน นวดเพื่อสุขภาพ ขนาด 101 – 250 ตรม. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมาคือ ขนาดไม่ เกิน 50 ตรม. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ระบุ ขนาดพื้นที่ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ถือกรรมสิทธิ์ของ สถานที่

ผู้ถือกรรมสิทธิ์	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเจ้าของเอง	31	39.7
เป็นของญาติ	8	10.3
เป็นของผู้ให้เช่า	38	48.7
อื่นๆ	1	1.3
รวม	78	100

หมายเหตุ : อื่นๆ หมายถึง เป็นสถานที่ของโรงแรม

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีกรรมสิทธิ์ในอาคารที่เป็น ของผู้ให้เช่า มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ ผู้ประกอบธุรกิจเป็นเจ้าของ มี จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเช่าสถานที่ร้านนวด เพื่อสุขภาพ

ค่าเช่าสถานที่ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	10	26.3
10,001 – 20,000 บาท	20	52.6
20,001 – 30,000 บาท	5	13.2
เกิน 30,000 บาท	2	5.3
ไม่ระบุ	1	2.6
รวม	38	100

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เช่าพื้นที่จากผู้ให้เช่าเพื่อทำธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 10 คน

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าเช่าพื้นที่สำหรับร้านนวดเพื่อสุขภาพ เดือนละ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้ระบุค่าเช่าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	25	32.1
ใกล้โรงแรม สถานที่พัก	53	67.9
ย่านธุรกิจ	25	32.1
อื่นๆ	4	5.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพใกล้โรงแรม สถานที่พักมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและย่านธุรกิจ มีจำนวน 25 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัน/เวลาที่เปิดให้บริการ

วันที่เปิดให้บริการ	เวลา	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันเสาร์	9.00 – 17.00	3	3.8
	วันอาทิตย์		
วันจันทร์ – วันอาทิตย์	8.00 – 20.00	2	2.5
	8.30 – 17.30	3	3.8
	8.00 – 24.00	1	1.3
	9.00 – 21.00	5	6.4
	9.00 – 20.00	2	2.5
	9.00 – 22.00	1	1.3
	9.00 – 23.00	7	8.9
	9.00 – 24.00	5	6.4
	9.00 – 01.00	2	2.5
	10.00 – 21.00	3	3.8
	10.00 – 22.00	21	26.9
	10.00 – 22.30	3	3.8
	10.00 – 23.00	4	5.1
	10.00 – 24.00	6	7.6
	10.30 – 24.00	2	2.5
	11.00 – 21.00	2	2.5
	11.00 – 22.00	3	3.8
12.00 – 24.00	2	2.5	
13.00 – 24.00	1	1.3	
รวม		78	100

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดให้บริการวันจันทร์ – วันอาทิตย์ เวลา 10.00 22.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาคือ วันจันทร์ – วันอาทิตย์ เวลา 10.00 23.00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเตียงหรือที่นอน
นวด

จำนวนเตียง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 เตียง	45	57.7
11 – 20 เตียง	27	34.6
21 – 30 เตียง	2	2.6
มากกว่า 30 เตียง	4	5.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเตียงสำหรับนวดเพื่อ
สุขภาพ ไม่เกิน 10 เตียงมากที่สุด มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ 11 – 20 เตียง มี
จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเก้าอี้
นวด

เก้าอี้ นวด	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ตัว	46	59.0
6 – 10 ตัว	31	39.7
มากกว่า 10 ตัวขึ้นไป	1	1.3
รวม	78	100

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเก้าอี้
นวดน้อยกว่า 5 ตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ 6 – 10 ตัว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และมี
เก้าอี้
นวดมากกว่า 10 ตัวขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของบริการอื่นที่มีควบคู่กับบริการนวดเพื่อสุขภาพ

บริการอื่นควบคู่	จำนวน	ร้อยละ
มี	16	20.5
ไม่มี	62	79.5
รวม	78	100

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้บริการนวดเพื่อสุขภาพ โดยไม่มีบริการอื่นควบคู่ด้วย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 และมีบริการอื่นควบคู่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่มีควบคู่กับการนวดเพื่อสุขภาพ

บริการอื่น	จำนวน	ร้อยละ
จำหน่ายอาหาร ขนม เครื่องดื่ม	4	25.0
โรงแรม สถานที่พัก	1	6.3
ธุรกิจท่องเที่ยว	5	31.3
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	8	50.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบริการอื่นควบคู่บริการนวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 16 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้บริการนวดเพื่อสุขภาพควบคู่กับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และจำหน่ายอาหาร ขนม เครื่องดื่ม มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อวัน

จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 คน	23	29.5
11- 20 คน	33	42.3
21 – 30 คน	14	17.9
มากกว่า 30 คน	8	10.3
รวม	78	100

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่อวัน 11-20 คนมากที่สุด มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาใช้บริการต่อวันไม่เกิน 10 คน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 200 บาท	16	20.5
200 - 500 บาท	51	65.4
500 – 1,000 บาท	11	14.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้ใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ โดยมีการใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งระหว่าง 200 - 500 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ ไม่เกิน 200 บาท จำนวน 16 คนคิดเป็น ร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของร้านนวดเพื่อสุขภาพ

ด้านองค์กรและการจัดการ (การวางแผน)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนการดำเนินงาน

การวางแผนการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
มี	53	67.9
ไม่มี	25	32.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินงานจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 67.9 และไม่มีวางแผนการดำเนินงานจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการวางแผนการดำเนินงาน

ประเภทการวางแผนการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
แผนองค์กรและการจัดการ	28	52.8
แผนการผลิตและการปฏิบัติการ	24	45.3
แผนการตลาด	41	77.4
แผนการเงิน	32	60.4

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนการดำเนินงาน จำนวน 53 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนการดำเนินงานส่วนใหญ่วางแผนด้านแผนการตลาด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาคือ แผนการเงินจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และแผนองค์กรและการจัดการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาของแผน

ระยะเวลาของแผน	จำนวน	ร้อยละ
แผนงานระยะสั้น	37	69.8
แผนงานระยะปานกลาง	22	41.5
แผนงานระยะยาว	5	9.4

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนการดำเนินงาน จำนวน 53 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนการดำเนินงานส่วนใหญ่วางแผนงานระยะสั้นจำนวน 37คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมาคือ แผนงานระยะปานกลางจำนวน 22คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และแผนงานระยะยาวจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้วางแผน

ผู้วางแผน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของร้าน	32	60.4
ผู้จัดการร้าน	3	5.7
เจ้าของร้าน/ผู้จัดการร้านวางแผนร่วมกับพนักงาน	18	34.0
รวม	53	100

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนการดำเนินงาน จำนวน 53 คน

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนการดำเนินงานส่วนใหญ่วางแผนงานโดยเจ้าของร้าน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาคือ เจ้าของร้าน/ผู้จัดการร้านวางแผนร่วมกับพนักงานจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
รายรับเพิ่มขึ้น	48	61.5
กำไรเพิ่มขึ้น	33	42.3
ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด	69	88.5
ลดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน	20	25.6
พัฒนาธุรกิจให้แตกต่าง	27	34.6
อื่นๆ	2	2.6

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือ เพื่อให้มีรายรับเพิ่มขึ้นจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และเพื่อให้มีกำไรเพิ่มขึ้น จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโครงสร้างของธุรกิจ

โครงสร้างธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
โครงสร้างแบบง่ายไม่เป็นทางการ	72	92.3
โครงสร้างแบบเป็นทางการ	6	7.7
รวม	78	100

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีโครงสร้างของธุรกิจแบบง่ายไม่เป็นทางการ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 92.3 และมีโครงสร้างแบบเป็นทางการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการมอบหมายอำนาจ
หน้าที่

การมอบหมายอำนาจ	จำนวน	ร้อยละ
มอบหมายอำนาจอย่างชัดเจน	63	80.8
มอบหมายอำนาจไม่ชัดเจน	7	9.0
ไม่มีการมอบหมายอำนาจ	8	10.3
รวม	78	100

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินงานร้านนวดเพื่อสุขภาพโดยมีการมอบหมายอำนาจอย่างชัดเจนจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคือ ไม่มีการมอบหมายอำนาจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และมีการมอบหมายอำนาจไม่ชัดเจนจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านองค์กรและการจัดการ (การจัดคนเข้าทำงาน)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ปัจจัยในการคัดเลือกคนเข้าทำงาน

ปัจจัยในการคัดเลือกคน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. อายุ	1 (1.3)	17 (21.8)	43 (55.1)	15 (19.2)	2 (2.6)	3.0 ปานกลาง
2. เพศ	13 (16.7)	16 (20.5)	45 (57.7)	4 (5.1)	0 (0.0)	3.49 ปานกลาง
3. มีใบประกาศนียบัตรรับรอง	32 (41.0)	26 (33.3)	20 (25.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 มาก
4. ประสบการณ์	39 (50.0)	16 (20.5)	23 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 มาก
5. บุคลิกภาพ	19 (24.4)	38 (48.7)	17 (21.8)	2 (2.6)	2 (2.6)	3.90 มาก
6. ความสามารถหลากหลาย	35 (44.9)	19 (24.4)	22 (28.2)	0 (0.0)	2 (2.6)	4.09 มาก

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยในการคัดเลือกพนักงานส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยดังนี้ ประสบการณ์ ค่าเฉลี่ย 4.21 มีใบประกาศนียบัตร ค่าเฉลี่ย 4.15 มีความสามารถหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.09 และบุคลิกภาพ ค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านเพศและอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสอนงานก่อนปฏิบัติงาน

การสอนงาน	จำนวน	ร้อยละ
มี	73	93.6
ไม่มี	5	6.4
รวม	78	100

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการสอนงานก่อนปฏิบัติงาน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 93.6 และไม่มีการสอนงานก่อนปฏิบัติงาน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถ

การฝึกอบรม	จำนวน	ร้อยละ
มี	65	83.3
ไม่มี	13	16.7
รวม	78	100

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจ่ายค่าตอบแทนการทำงาน

ค่าตอบแทน	จำนวน	ร้อยละ
ค่าจ้างตามชั่วโมงการนวด	62	79.5
ค่าจ้างประจำรายเดือน	7	9.0
ค่าจ้างประจำรายเดือนและจ่ายเพิ่มตามชั่วโมง	9	11.5
รวม	78	100

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จ่ายค่าตอบแทนค่าจ้างตามชั่วโมงการนวด มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ จ่ายค่าจ้างประจำรายเดือนและจ่ายเพิ่มตามชั่วโมงมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และจ่ายค่าจ้างประจำรายเดือน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักเกณฑ์การกำหนดค่าจ้าง

หลักเกณฑ์การกำหนดค่าจ้าง	จำนวน	ร้อยละ
อายุการทำงาน	10	12.8
ความสามารถของพนักงาน	46	59.0
ประสบการณ์การทำงาน	27	34.6
กฎหมายแรงงาน	11	14.1
ความสามารถในการจ่ายของกิจการ	34	43.6
คู่แข่ง	5.1	6.5
อื่นๆ	1.5	1.9

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึง ความขยันของพนักงาน

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ หลักเกณฑ์การกำหนดค่าจ้าง จากความสามารถของพนักงาน มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0รองลงมาคือ ความสามารถในการ

การจ่ายของกิจการมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และจากประสบการณ์การทำงาน มี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการให้สวัสดิการ

สวัสดิการ	จำนวน	ร้อยละ
โบนัสพิเศษ	31	39.7
ประกันสังคม	30	38.5
การลาหยุด	54	69.2
ค่าอาหาร	21	26.9
ที่พักอาศัย	13	16.7
ชุดทำงาน	30	38.5
อื่นๆ	3	3.8

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ คือ มีอาหารให้พนักงาน และเลี้ยงอาหารเย็นเป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการให้สวัสดิการแก่พนักงาน คือการลาหยุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือ โบนัสพิเศษ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ประกันสังคมและชุดทำงาน จำนวน 30 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ตามลำดับ

ด้านองค์กรและการจัดการ (การสั่งการ)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจูงใจพนักงาน

การจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
ให้อิสระในการทำงาน	43	55.1
ให้คอมมิชชั่น	3	3.8
ดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด	32	41.0
รวม	78	100

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จูงใจพนักงานโดยให้อิสระในการทำงาน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคือ ดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และให้คอมมิชชั่น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการสั่งการ

การสั่งการ	จำนวน	ร้อยละ
สั่งงานให้ผู้จัดการดูแลรับผิดชอบ	33	42.3
สั่งงานโดยตรงก่อนเริ่มทำงาน	43	55.1
อื่นๆ	2	2.6
รวม	78	100

หมายเหตุ: อื่นๆ คือมอบหมายหน้าที่และจัดลำดับการทำงานแต่ละวัน

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สั่งการโดยการสั่งงานโดยตรงก่อนเริ่มทำงาน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคือ สั่งงานให้ผู้จัดการดูแลรับผิดชอบ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

ด้านองค์กรและการจัดการ (การควบคุม)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติที่มีผลต่อการประเมินผลพนักงาน

คุณสมบัติ	จำนวน	ร้อยละ
ความซื่อสัตย์	63	80.8
มนุษยสัมพันธ์ดี	68	87.2
ขยันอดทน	59	75.6
ตรงต่อเวลา	53	67.9
ความพึงพอใจของลูกค้า	56	71.8
มีไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	42	53.8
อื่นๆ	7	9.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงการดูแลสุขภาพ/บุคลิกภาพ กริยามารยาทดี และมีความคิดสร้างสรรค์

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเมินผลพนักงานโดยพิจารณาจากคุณสมบัติด้าน การมีมนุษยสัมพันธ์ดี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 87.2รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8ขยันอดทน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์

การใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
ขึ้นเงินเดือน	8	10.3
เบี้ยขยัน	2	2.6
ปรับปรุงด้านบริการ	55	70.5
ปรับปรุงด้านบุคลากร	12	15.4
อื่นๆ	1	1.3
รวม	78	100

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึงไม่มีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้นำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ เพื่อปรับปรุงด้านบริการ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาคือ ปรับปรุงด้านบุคลากรจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ ขึ้นเงินเดือนจำนวน 8คนคิดเป็นร้อยละ10.3

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ผู้ประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	45	57.7
ผู้จัดการร้าน	13	16.7
พนักงาน	5	6.4
เจ้าของร้านหรือผู้จัดการประเมินร่วมกับพนักงาน	15	19.2
รวม	78	100

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเจ้าของกิจการ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ เจ้าของร้านหรือผู้จัดการประเมินร่วมกับพนักงานจำนวน15 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ ผู้จัดการร้านจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ16.7

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการปรับปรุงสินค้าและบริการ

การปรับปรุงสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มี	72	92.3
ไม่มี	6	7.7
รวม	78	100

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการปรับปรุงสินค้าและบริการจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 92.3 และไม่มีมีการปรับปรุงสินค้าและบริการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่มีการปรับปรุงสินค้าและบริการ

การปรับปรุงสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ	16	22.2
ปรับปรุงด้านสถานที่ให้ใช้บริการได้สะดวกขึ้น	58	80.6
ปรับปรุงความรวดเร็วในการให้บริการ	36	50.0
อื่นๆ	2	2.8

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงสินค้าและบริการ จำนวน 72 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) อื่นๆ หมายถึงปรับปรุงร้านให้สะอาด เช่น ทาสี เปลี่ยนพรม

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการปรับปรุงสินค้าและบริการในด้านสถานที่ให้ใช้บริการได้สะดวกขึ้นจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 80.6 รองลงมาคือปรับปรุงความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และมีสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการควบคุมคุณภาพ

การควบคุมคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
มี	77	98.7
ไม่มี	1	1.3
รวม	78	100

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการควบคุมคุณภาพ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 98.7 และไม่มีมีการควบคุมคุณภาพ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่มีการควบคุมคุณภาพ

การควบคุมคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
รับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าโดยตรง	74	96.1
ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็น	15	19.5
สังเกตจากพฤติกรรมลูกค้า	45	58.4
อื่นๆ	4	5.2

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการควบคุมคุณภาพ จำนวน 77คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) อื่นๆ หมายถึงควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการควบคุมคุณภาพในการบริการ ส่วนใหญ่ใช้การรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าโดยตรง มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 96.1รองลงมา คือ สังเกตจากพฤติกรรมลูกค้าจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4และให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำความคิดเห็นของลูกค้มาปรับปรุงการดำเนินงาน

การนำความคิดเห็นมาปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
มี	76	97.4
ไม่มี	2	2.6
รวม	78	100

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นำความคิดเห็นของลูกค้มาปรับปรุงการดำเนินงาน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 97.4 และไม่มีการนำความคิดเห็นมาปรับปรุง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์

วิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่ารายอื่น	12	15.4
มีชื่อเสียง	21	26.9
บริการหลังการขาย	27	34.6
สะดวกในการซื้อและจัดส่ง	40	51.3
อื่นๆ	13	16.7

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงลูกค้ให้การตอบรับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และลูกค้ใช้แล้วคิดใจ

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ จากความสะดวกในการซื้อและจัดส่ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ บริการหลังการขาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และมีชื่อเสียงจำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 26.9

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาทำเลที่ตั้ง

การเลือกทำเลที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ราคาค่าเช่า	4	5.1
การเดินทางไปมาสะดวก	9	11.5
อยู่ในย่านธุรกิจ ใกล้กลุ่มลูกค้า	65	83.3
รวม	78	100

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำเลที่ตั้งร้านขนาดเพื่อสุขภาพโดย อยู่ในย่านธุรกิจใกล้กลุ่มลูกค้า จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ การเดินทางไปมาสะดวก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และราคาค่าเช่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาจัดสรรพื้นที่ภายในร้าน

การจัดสรรพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
กระบวนการทำงานสะดวก	60	76.9
ตามหลักฮวงจุ้ย	5	6.4
งบประมาณ	13	16.7
รวม	78	100

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดสรรพื้นที่ภายในร้านโดยเน้นกระบวนการทำงานสะดวก มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ พิจารณาตามงบประมาณ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และตามหลักฮวงจุ้ย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนกำลังคน

การวางแผนกำลังคน	จำนวน	ร้อยละ
มี	60	76.9
ไม่มี	18	23.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนกำลังคนจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 และไม่มีการวางแผนกำลังคน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่มีการวางแผนกำลังคน

การวางแผนกำลังคน	จำนวน	ร้อยละ
ปรับลดปริมาณพนักงานตามฤดูกาลท่องเที่ยว	44	73.3
ใช้ข้อมูลในอดีตมาพยากรณ์ปริมาณลูกค้า	27	45.0
อื่นๆ	3	5.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการวางแผนกำลังคน จำนวน 60 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) อื่นๆ หมายถึงจะสรรหาเมื่อถึงฤดูท่องเที่ยว

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนกำลังคนให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าโดยปรับลดปริมาณพนักงานตามฤดูกาลมีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ ใช้ข้อมูลในอดีตมาพยากรณ์ปริมาณลูกค้ามีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ จะสรรหาเมื่อถึงฤดูท่องเที่ยวมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ด้านการตลาด

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความแตกต่างจากที่อื่น

ความแตกต่าง	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของบริการ	47	60.3
คุณภาพของบุคลากร	17	21.8
สถานที่ให้บริการ	7	9.0
การทำการตลาด	5	6.4
อื่นๆ	2	2.6
รวม	78	100

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึงการสงเคราะห์ให้คนมีงานทำ

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสถานบริการของตนเองมีตามความแตกต่างจากที่อื่นจากคุณภาพของบริการ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ คุณภาพของบุคลากรจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มลูกค้าหลัก

กลุ่มลูกค้าหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	52	66.7
นักท่องเที่ยวชาวไทย	14	17.9
ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเชียงใหม่	11	14.1
อื่นๆ	1	1.3
รวม	78	100

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึงทุกกลุ่มลูกค้า

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย

จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเชียงใหม่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1ตามลำดับ

ด้านการตลาด (ด้านบริการ)

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่มี

บริการ	จำนวน	ร้อยละ
นวดแผนไทย	75	96.2
นวดฝ่าเท้า	72	92.3
นวดประคบสมุนไพร	40	51.3
อบสมุนไพร	15	19.2
อื่นๆ	38	48.7

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงนวดน้ำมัน ชัดตัว/ชัดเจน นวดหน้า นวดประคบไสเทคและทำเล็บ

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดให้มีบริการด้านนวดแผนไทย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 96.2รองลงมาคือ นวดฝ่าเท้า จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 92.3 และนวดประคบสมุนไพร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3ตามลำดับ

ด้านการตลาด(ด้านราคา)

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าบริการ

การกำหนดค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
กำหนดต่ำกว่าคู่แข่ง	5	6.4
กำหนดเท่ากับคู่แข่ง	25	32.1
กำหนดจากราคาดั้งเดิม	24	30.8
กำหนดจากค่าใช้จ่ายภายในร้าน	9	11.5
กำหนดตามการรับรู้คุณค่า	15	19.2
รวม	78	100

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าบริการ โดยใช้วิธีการกำหนดเท่ากับคู่แข่ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ กำหนดจากราคาดั้งเดิม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และกำหนดตามการรับรู้คุณค่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าบริการ โดยเฉลี่ยต่อชั่วโมง

อัตราค่าบริการต่อชั่วโมง	จำนวน	ร้อยละ
80 – 900 บาท	4	5.2
100 บาท	2	2.5
100 – 600 บาท	1	1.3
130 – 600 บาท	2	2.5
149 – 600 บาท	2	2.5
150 บาท	1	1.3
150 – 200 บาท	3	3.8
150 – 250 บาท	10	12.8
150 – 400 บาท	1	1.3
150 – 450 บาท	3	3.8
150 – 500 บาท	3	3.8
150 – 600 บาท	2	2.5
160 – 400 บาท	1	1.3
170 บาท	3	3.8
180 บาท	2	2.5
180 – 250 บาท	2	2.5
180 – 500 บาท	1	1.3
180 – 1,200 บาท	1	1.3
200 บาท	4	5.2
200 – 250 บาท	1	1.3
200 – 400 บาท	2	2.5
200 – 500 บาท	7	8.9
250 บาท	1	1.3

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัตราค่าบริการ โดยเฉลี่ยต่อชั่วโมง (ต่อ)

อัตราค่าบริการต่อชั่วโมง	จำนวน	ร้อยละ
250 – 1,000 บาท	1	1.3
400 บาท	1	1.3
500 บาท	3	3.8
550 บาท	1	1.3
600 – 2,000 บาท	1	1.3
ไม่ระบุราคา	12	15.4
รวม	78	100

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอัตราค่าบริการระหว่าง 100 – 250 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 รองลงมาคือ ระหว่าง 200 – 500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ระบุราคาค่าบริการจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4

ด้านการตลาด(ด้านสถานที่)

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทางในการติดต่อใช้บริการ

บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ผ่านนายหน้า เช่น ไกด์ คนขับรถรับจ้าง	30	38.5
ผ่านอินเทอร์เน็ต	21	26.9
ผ่านบริษัททัวร์	17	21.8
ติดต่อด้วยตนเอง	78	100.0
อื่นๆ	5	6.4

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อบอกต่อและติดต่อผ่านโรงแรม/เกสต์เฮาส์

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลูกค้านัดต่อใช้บริการ โดยใช้ช่องทางติดต่อด้วยตนเอง มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือ ผ่านนายหน้า เช่น ไกด์ คนขับรถรับจ้าง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และ ผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบในการติดต่อใช้บริการ

บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ให้บริการเฉพาะที่ร้าน	46	59.0
ให้บริการถึงบ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ	3	3.8
ให้บริการที่ร้านและนอกสถานที่	29	37.2
รวม	78	100

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้บริการแก่ลูกค้าเฉพาะที่ร้าน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ ให้บริการที่ร้านและนอกสถานที่จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 และให้บริการถึงบ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ด้านการตลาด(ด้านการส่งเสริมการตลาด)

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

การนำความคิดเห็นมาปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
มี	54	69.2
ไม่มี	24	30.8
รวม	78	100

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 และไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์	42	77.8
การประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ข้อมูลทางวารสาร	11	20.4
พนักงานขายแนะนำสินค้าและบริการ	10	18.5
การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดต่างๆ	34	63.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 54 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ใช้วิธีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดต่างๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 และการประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ข้อมูลทางวารสาร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

ความถี่ในการจัดกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประจำทุกเดือน	29	53.7
3 เดือนครั้ง	9	16.7
6 เดือนครั้ง	6	11.1
ปีละครั้ง	10	18.5
รวม	54	100

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 54 คน

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นประจำทุกเดือน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ปีละครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และ 3 เดือนครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการโฆษณาผ่านสื่อ

การโฆษณาผ่านสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
มี	50	92.6
ไม่มี	4	7.4
รวม	54	100

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 54 คน

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่มีการโฆษณาผ่านสื่อ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 และไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้ในการโฆษณา

สื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณา	22	44.0
เว็บไซต์	23	46.0
หนังสือ วารสารท้องถิ่น	17	34.0
โบชัวร์ แผ่นพับ	33	66.0
โฆษณาทางวิทยุ	4	8.0
อื่นๆ	3	6.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการโฆษณาผ่านสื่อ จำนวน 50 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
อื่นๆ หมายถึง Facebook

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการโฆษณาผ่านสื่อส่วนใหญ่ใช้การโฆษณาโดยโบชัวร์ แผ่นพับ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 และป้ายโฆษณา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
มี	39	72.2
ไม่มี	15	27.8
รวม	54	100

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 และไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	27	69.2
การสะสมชั่วโมง	17	43.6
การสะสมคูปองส่วนลด	4	10.3
สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	16	41.0
การแจกของแถม	2	5.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 39 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายส่วนใหญ่ใช้วิธีการลดราคา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือ การสะสมชั่วโมง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ตามลำดับ

ด้านการตลาด(ด้านพนักงาน)

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

การดูแลพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
การแต่งกายด้วยเครื่องแบบมาตรฐาน	50	64.1
ความสะอาดของร่างกาย	55	70.5
การแต่งหน้าที่ดูสะอาดเป็นธรรมชาติ	34	43.6
ทักษะหรือท่วงท่าที่เป็นมาตรฐาน	68	87.2
กิริยามารยาทของพนักงาน	59	75.6
อื่นๆ	2	2.6

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงเอาใจใส่ในการทำงาน และให้พนักงานกระตือรือร้นอยู่เสมอ

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า โดยให้พนักงานมีทักษะหรือท่วงท่าที่เป็นมาตรฐาน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 87.2รองลงมาคือ กิริยามารยาทของพนักงาน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 75.6และ ความสะอาดของร่างกาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดฝึกอบรมความรู้

การฝึกอบรม	จำนวน	ร้อยละ
ต่อเนื่อง	45	57.7
ไม่ต่อเนื่อง	33	42.3
รวม	78	100

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดให้มีการฝึกอบรมความรู้ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 และมีการฝึกอบรมความรู้แบบไม่ต่อเนื่อง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

ด้านการตลาด(ด้านกระบวนการให้บริการ)

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรวดเร็วในการติดต่อเข้ารับบริการ

ระดับความรวดเร็ว	จำนวน	ร้อยละ
มาก	37	47.4
ปานกลาง	41	52.6
รวม	78	100

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกระบวนการในการติดต่อเข้ารับบริการ ในระดับปานกลาง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 และระดับมาก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ของข้อผิดพลาดในการให้บริการ

ความถี่ของข้อผิดพลาด	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	33	42.3
มากกว่า 1 ครั้งแต่ไม่เกิน 5 ครั้ง	43	55.1
มากกว่า 5 ครั้งแต่ไม่เกิน 10 ครั้ง	2	2.6
รวม	78	100

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ของข้อผิดพลาดในการให้บริการ มากกว่า 1 ครั้งแต่ไม่เกิน 5 ครั้ง มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 น้อยกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 และมากกว่า 5 ครั้งแต่ไม่เกิน 10 ครั้ง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ด้านการตลาด (ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ)

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อการใช้บริการ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
การตกแต่งร้าน	42	53.8
ความสะอาดของร้าน	63	80.8
ความรวดเร็วในการให้บริการ	47	60.3
การแต่งกายของพนักงาน	40	51.3
อื่นๆ	11	14.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงความเป็นมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข คุณภาพของพนักงาน ความสุภาพและมารยาทของพนักงาน

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คิดว่าลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเน้นความสะอาดของร้าน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และการตกแต่งร้าน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ตามลำดับ

ด้านการเงิน

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินลงทุนเบื้องต้น

เงินลงทุนเบื้องต้น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 250,000 บาท	30	38.5
250,001 – 500,000 บาท	24	30.5
500,001 – 750,000 บาท	8	10.3
มากกว่า 750,000 บาท	16	20.5
รวม	78	100

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนเบื้องต้นโดยประมาณ ไม่เกิน 250,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ 250,001 – 500,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 มากกว่า 750,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50,000 บาท	35	44.9
50,001 – 100,000 บาท	22	28.2
100,001 – 150,000 บาท	10	12.8
มากกว่า 150,000 บาท	11	14.1
รวม	78	100

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ 50,001 – 100,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และมากกว่า 150,000 บาท มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนส่วนตัว	65	83.3
กู้ยืมจากญาติพี่น้อง	1	1.3
กู้ยืมจากสถาบันการเงิน	24	30.8

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งเงินทุนที่ใช้ในธุรกิจ โดยใช้เงินทุนส่วนตัว มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ กู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และกู้ยืมจากญาติพี่น้อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการนำเงินสดคงเหลือไปใช้

การนำเงินสดคงเหลือไปใช้	จำนวน	ร้อยละ
เก็บไว้ใช้หมุนเวียนในเดือนถัดไป	63	80.8
ฝากธนาคาร	33	42.3
นำไปปรับปรุงร้าน	52	66.7
ลงทุนในธุรกิจอื่น	4	5.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นำเงินสดคงเหลือเก็บไว้สำหรับใช้หมุนเวียนในเดือนถัดไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคือ นำไปปรับปรุงร้าน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และฝากธนาคาร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดทำบัญชี

การจัดทำบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
มี	61	78.2
ไม่มี	17	21.8
รวม	78	100

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 และไม่มีการจัดทำบัญชี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านที่มีการจัดทำบัญชี

วิธีการจัดทำบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
จัดทำแบบง่าย	45	73.8
จ้างคนมาบันทึกบัญชี	6	9.8
จัดทำบัญชีถูกต้องตามกฎหมาย	12	19.7

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดทำบัญชี จำนวน 61 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดทำบัญชีส่วนใหญ่ใช้วิธีการจัดทำบัญชีแบบง่าย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือ จัดทำบัญชีถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และจ้างคนมาบันทึกบัญชี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินงานร้านนวดเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านองค์กรและการจัดการ

ปัญหาด้านองค์กรและการจัดการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผนงานที่ดี	20	25.6
ไม่มีการแบ่งแยกหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน	12	15.4
พนักงานลาหยุดงานบ่อย	38	48.7
พนักงานไม่พอใจผลตอบแทน สิ่งจูงใจ	5	6.4
การทุจริตของพนักงาน	4	5.1
พนักงานขาดความสามารถไม่มีทักษะ	9	11.5
พนักงานขาดประสบการณ์	4	5.1

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านองค์กรและการจัดการในเรื่องเกี่ยวกับ พนักงานลาหยุดงานบ่อย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาคือ ไม่มีการวางแผนงานที่ดีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และไม่มีการแบ่งแยกหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวทางการแก้ปัญหา ด้านองค์กรและการจัดการ

การแก้ปัญหาด้านองค์กรและการจัดการ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งกฎระเบียบการลาให้เหมือนราชการหรือบริษัท	1	25.0
ผู้บริหารต้องเป็นกลางคอยปรับความคิดให้ทุกคน	1	25.0
ตั้งกฎระเบียบให้รัดกุมแต่ต้องไม่ทำให้พนักงานอึดอัดจนเกินไป	2	50.0
รวม	4	100

หมายเหตุ: จากคำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูล จำนวน 4 คน

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านองค์กรและการจัดการส่วนใหญ่ ให้ตั้งกฎระเบียบให้รัดกุมแต่ต้องไม่ทำให้พนักงานอึดอัดจนเกินไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตั้งกฎระเบียบให้เหมือนราชการหรือบริษัทในเรื่องการลา และผู้บริหารต้องเป็นกลางคอยปรับความคิดให้ทุกคนและ จำนวน 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการผลิตและการปฏิบัติการ

ปัญหาด้านการผลิตและการปฏิบัติการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าวัสดุอุปกรณ์มีราคาสูง	13	16.7
ค่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการราคาสูง	18	23.1
การให้บริการช้า ไม่เป็นที่พอใจของลูกค้า	5	6.4
ลูกค้ามาใช้บริการมากเกินไป ให้บริการได้ไม่ครบ	57	73.1
ลูกค้ามาใช้บริการน้อย ทำให้พนักงานว่างงาน	62	79.5

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาการผลิตและการปฏิบัติการ เนื่องจากลูกค้ามาใช้บริการน้อย ทำให้พนักงานว่างงาน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ

79.5 รองลงมาคือ ลูกค้ายาใช้บริการมากเกินไป ให้บริการได้ไม่ครบจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 73.1 และค่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการราคาสูง มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวทางการแก้ไขปัญหา ด้านการผลิตและการปฏิบัติการ

การแก้ไขปัญหาด้านการผลิตและการปฏิบัติการ	จำนวน	ร้อยละ
หาร้านค้าที่ถูกกว่าหรือเปลี่ยนยี่ห้อ	1	25.0
แจ้งลูกค้าก่อนหากมีการปรับราคาขึ้น และต้องเน้นเรื่อง การบริการที่ดียิ่งกว่าเดิม	1	25.0
ต้องมีการเก็บข้อมูลในอดีตเพื่อดูว่าแต่ละช่วง มีปริมาณ ลูกค้ายาอย่างน้อยเพียงใด เพื่อให้จำนวน พนักงานมีความ เหมาะสม	1	25.0
เรียกพนักงานนวดเสริมในกรณีที่ถูกค้ำล้ม ให้พนักงาน นวดออกไปรับงานนอกได้กรณีที่ลูกค้าที่ร้านไม่มี	1	25.0
รวม	4	100

หมายเหตุ: จากคำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูล จำนวน 4 คน

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านการผลิตและการปฏิบัติการมีแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยใช้วิธีการหาร้านค้าที่ถูกกว่าหรือเปลี่ยนยี่ห้อ แจ้งลูกค้าก่อนหากมีการปรับราคาขึ้น และต้องเน้นเรื่องการบริการที่ดียิ่งกว่าเดิม มีการเก็บข้อมูลในอดีตเพื่อดูว่าแต่ละช่วง มีปริมาณลูกค้ายาอย่างน้อยเพียงใด เพื่อให้จำนวน พนักงานมีความเหมาะสมและเรียก มอนวดเสริมในกรณีที่ลูกค้าล้ม ให้มอนวดออกไปรับงานนอกได้กรณีที่ลูกค้าที่ร้านไม่มี จำนวน 1 คนเท่านั้น

ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
บริการไม่หลากหลาย	19	24.4
สถานที่คับแคบ	18	23.1
ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย	9	11.5
ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	12	15.4
การแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก	37	47.4
ราคาสูงกว่าคู่แข่ง	2	2.6
อื่นๆ	2	2.6

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึง ไม่มีปัญหาในด้านการตลาด

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการตลาดเกี่ยวกับการแข่งขันสูง มีคู่แข่งมาก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ บริการไม่หลากหลาย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และสถานที่คับแคบ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด

การแก้ไขปัญหาด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มการบริการที่หลากหลาย	1	50.0
สร้างความแตกต่างให้ลูกค้าได้รับรู้	1	50.0
รวม	2	100

หมายเหตุ: จากคำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูล จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านการตลาดมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาโดยใช้วิธีการเพิ่มการบริการที่หลากหลายและสร้างความแตกต่างให้ลูกค้าได้รับรู้ จำนวน 1 คนเท่ากัน

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการเงิน

ปัญหาด้านการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย	21	26.9
กำไรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	32	41.0
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง	31	39.7
ขาดสภาพคล่องทางการเงิน	6	7.7
สถาบันการเงินไม่สนับสนุนการกู้เงิน	3	3.8
ไม่มีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง	11	14.1
อื่นๆ	8	10.3

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 78 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อื่นๆ หมายถึงไม่มีปัญหาด้านการเงิน

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการเงินเกี่ยวกับกำไรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และรายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการเงิน

การแก้ไขปัญหาด้านการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการจัดทำระบบบัญชีให้ถูกต้อง เพื่อนำไปวางแผนทางการเงินได้	1	50.0
เพิ่มคุณภาพให้ดีกว่าที่เป็นอยู่	1	50.0
รวม	2	100

หมายเหตุ: จากคำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูล จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัญหาด้านการเงินมีแนวทางในการแก้ไขปัญห โดยใช่วิธีการเพิ่มคุณภาพให้ดีกว่าที่เป็นอยู่และควรมีการจัดทำระบบบัญชีให้ถูกต้อง เพื่อนำไปวางแผนทางการเงินได้ จำนวน 1 คนเท่านั้น

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
มีการนวดที่ไม่ได้มาตรฐานเปิดให้บริการมาก ไม่มีการตรวจสอบ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา	3	30.0
รัฐบาลควรกำหนดราคามาตรฐานสำหรับการนวด เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านคุณภาพการบริการมากกว่าการลดราคา	3	30.0
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้มงวดต่อร้านนวดที่มีการนวดแฝง เพื่อไม่ให้เสียชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่	1	10.0
ตรวจสอบธุรกิจบริการการนวดที่ไม่มีใบอนุญาตและเบี่ยงเบนไปในทางการค้าประเวณี เมื่อพบควรใช้มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวด	1	10.0
จังหวัดเชียงใหม่ควรมีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยว	1	10.0
ควรตั้งราคาให้เท่ากันเป็นมาตรฐาน	1	10.0
รวม	10	100

หมายเหตุ: จากคำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูล จำนวน 10 คน

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของร้านนวดเพื่อสุขภาพในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ รัฐบาลควรกำหนดราคามาตรฐานสำหรับการนวด เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านคุณภาพการบริการมากกว่าการลดราคาและมีการนวดที่ไม่ได้มาตรฐานเปิดให้บริการมาก ไม่มีการตรวจสอบ ทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา จำนวน 3 คนเท่ากัน และราชการต้องเข้มงวดต่อร้านนวดที่มีการนวดแฝง เพื่อไม่ให้เสียชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ลดหรือปิด การบริการการนวดที่ไม่มีใบอนุญาตและเบี่ยงเบนไปในทางการค้าประเวณีอยากให้จังหวัดประชาสัมพันธ์ร้านนวดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยว และควรตั้งราคาให้เท่ากันเป็นมาตรฐาน จำนวน 1 คนเท่ากัน

ตารางที่ 85 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านองค์การและการจัดการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การวางแผน		
มีการวางแผนการดำเนินงาน	29 (53.7)	24 (100.0)
ไม่มีการวางแผนการดำเนินงาน	25 (46.3)	0 (0.0)
การวางแผนองค์การและการจัดการ		
มีการวางแผนองค์การและการจัดการ	12 (22.2)	16 (66.7)
ไม่มีการวางแผนองค์การและการจัดการ	42 (77.8)	8 (33.3)
การวางแผนการผลิตและการปฏิบัติการ		
มีการวางแผนการผลิตและการปฏิบัติการ	10 (18.5)	14 (58.3)
ไม่มีการวางแผนการผลิตและการปฏิบัติการ	44 (81.5)	10 (41.7)
การวางแผนการตลาด		
มีการวางแผนการตลาด	23 (42.6)	18 (75.0)
ไม่มีการวางแผนการตลาด	31 (57.4)	6 (25.0)
การวางแผนการเงิน		
มีการวางแผนการเงิน	17 (31.5)	15 (62.5)
ไม่มีการวางแผนการเงิน	37 (68.5)	9 (37.5)

ตารางที่ 85 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการ จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านองค์การและการจัดการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การวางแผนระยะสั้น		
มีการวางแผนระยะสั้น	17 (31.5)	20 (83.3)
ไม่มีการวางแผนระยะสั้น	37 (68.5)	4 (16.7)
การวางแผนระยะกลาง		
มีการวางแผนระยะกลาง	10 (18.5)	12 (50.0)
ไม่มีการวางแผนระยะกลาง	44 (81.5)	12 (50.0)
การวางแผนระยะยาว		
มีการวางแผนระยะยาว	1 (1.9)	4 (16.7)
ไม่มีการวางแผนระยะยาว	53 (98.1)	20 (83.3)
ผู้วางแผนงาน		
ไม่มีผู้วางแผนงาน	22 (40.7)	0 (0.0)
เจ้าของร้าน	24 (44.4)	11 (45.8)
ผู้จัดการร้าน	2 (3.7)	1 (4.2)
เจ้าของร้านและผู้จัดการร้านวางแผนร่วมกัน	6 (11.1)	12 (50.0)

ตารางที่ 85 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการ จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านองค์การและการจัดการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (เพื่อรายรับเพิ่มขึ้น)		
ใช่	33 (61.1)	15 (62.5)
ไม่ใช่	21 (38.9)	9 (37.5)
กำไรเพิ่มขึ้น		
ใช่	27 (50.0)	6 (25.0)
ไม่ใช่	27 (50.0)	18 (75.0)
ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด		
ใช่	47 (87.0)	22 (91.7)
ไม่ใช่	7 (13.0)	2 (8.3)
ลดค่าใช้จ่าย		
ใช่	12 (22.2)	8 (33.3)
ไม่ใช่	42 (77.8)	16 (66.7)
พัฒนาธุรกิจให้แตกต่าง		
ใช่	17 (31.5)	10 (41.7)
ไม่ใช่	37 (68.5)	14 (58.3)

ตารางที่ 85 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการ จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านองค์การและการจัดการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (อื่นๆ) เพื่อรายได้เพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายลดลง		
ใช่	2 (3.7)	0 (0.0)
ไม่ใช่	52 (96.3)	24 (100.0)
โครงสร้างของธุรกิจ		
โครงสร้างแบบง่าย	54 (100.0)	18 (75.0)
โครงสร้างแบบเป็นทางการ	0 (0.0)	6 (25.0)
การมอบหมายอำนาจ		
มอบหมายอำนาจอย่างชัดเจน	42 (77.8)	21 (87.5)
มอบหมายอำนาจไม่ชัดเจน	5 (9.3)	2 (8.3)
ไม่มีการมอบหมายอำนาจ	7 (13.0)	1 (4.2)

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นในด้านองค์การและการจัดการจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้นดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการวางแผนการดำเนินงาน จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.7 โดยเป็นการวางแผนองค์การและการจัดการ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.2 วางแผนการผลิตและการปฏิบัติการ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 วางแผนการตลาด จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6 และวางแผนการเงิน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 สามารถแบ่งการวางแผนออกเป็น แผนระยะสั้น จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 แผน

ระยะกลาง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 และแผนระยะยาว จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 สำหรับผู้ที่วางแผนเป็นเจ้าของร้านวางแผนด้วยตนเอง จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.4 ผู้จัดการร้านเป็นผู้วางแผน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 และเจ้าของกับผู้จัดการร้านวางแผนร่วมกัน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 วัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีรายรับเพิ่มขึ้น จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.1 เพื่อผลกำไรเพิ่มขึ้น จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.0 เพื่อลดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.2 เพื่อพัฒนาธุรกิจให้แตกต่าง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 และเพื่อเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่าย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนน้อยกว่า 500,000 บาท มีโครงสร้างธุรกิจเป็นแบบง่ายไม่เป็นทางการทั้งหมด จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 โดยมีการมอบหมายอำนาจที่ชัดเจน จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.8 มีการมอบหมายอำนาจไม่ชัดเจน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และไม่มีการมอบหมายอำนาจ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการวางแผนการดำเนินงานทั้งหมด 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 โดยเป็นการวางแผนองค์การและการจัดการ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 วางแผนการผลิตและการปฏิบัติการ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 วางแผนการตลาด จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 และวางแผนการเงิน จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 สามารถแบ่งการวางแผนออกเป็น แผนระยะสั้น จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 แผนระยะกลาง จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และแผนระยะยาว จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 สำหรับผู้ที่วางแผนเป็นเจ้าของร้านวางแผนด้วยตนเอง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8 ผู้จัดการร้านเป็นผู้วางแผน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 และเจ้าของกับผู้จัดการร้านวางแผนร่วมกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 วัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีรายรับเพิ่มขึ้น จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 เพื่อผลกำไรเพิ่มขึ้น จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.7 เพื่อลดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเพื่อพัฒนาธุรกิจให้แตกต่าง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.7 ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนมากกว่า 500,000 บาท มีโครงสร้างธุรกิจเป็นแบบง่ายไม่เป็นทางการ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 และมีโครงสร้างแบบเป็นทางการ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 โดยมีการมอบหมายอำนาจที่ชัดเจน จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.5 มีการมอบหมายอำนาจไม่ชัดเจน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และไม่มีการมอบหมายอำนาจ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 86 แสดง ค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยในการคัดเลือกคนเปรียบเทียบกับเงินลงทุน

ปัจจัยในการคัดเลือกคน	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)	ค่าเฉลี่ย (ความหมาย)
1. อายุ	3.04 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง
2. เพศ	3.48 ปานกลาง	3.50 มาก
3. มีใบประกาศนียบัตรรับรอง	4.09 มาก	4.29 มาก
4. ประสบการณ์	4.04 มาก	4.58 มากที่สุด
5. บุคลิกภาพ	3.70 มาก	4.33 มาก
6. ความสามารถหลากหลาย	4.04 มาก	4.21 มาก

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการคัดเลือกคนเข้าทำงาน จำแนกตามเงินลงทุนดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอายุในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.04 และผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอายุในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 2.92

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเพศในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านเพศในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านมีใบประกาศนียบัตรรับรองในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 และผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้น

มากกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านมิโบประภาศนียบัตรรับรองในระดับมาก เช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 4.29

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.04 ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านประสิทธิภาพในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.58

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 และผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลิกภาพในระดับมากเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 4.33

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสามารถหลากหลายในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.04 และผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความสามารถหลากหลายในระดับมาก เช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 4.21

ตารางที่ 87 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการจัดคนเข้าทำงาน จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านองค์การและการจัดการ(การจัดคนเข้าทำงาน)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การสอนงาน		
มี	51 (94.4)	22 (91.7)
ไม่มี	3 (5.6)	2 (8.3)
การฝึกอบรม		
มี	41 (75.9)	24 (100.0)
ไม่มี	13 (24.1)	0 (0.0)
การจ่ายค่าตอบแทนการทำงาน		
ตามชั่วโมงการนวด	42 (77.8)	20 (83.3)
จ่ายประจำรายเดือน	7 (13.0)	0 (0.0)
จ่ายประจำรายเดือนและจ่ายเพิ่มตามชั่วโมง	5 (9.3)	4 (16.7)
หลักเกณฑ์การกำหนดค่าจ้าง (อายุการทำงาน)		
ใช่	6 (11.1)	4 (16.7)
ไม่ใช่	48 (88.9)	20 (83.3)
ความสามารถของพนักงาน		
ใช่	28 (51.9)	18 (75.0)
ไม่ใช่	26 (48.1)	6 (25.0)

ตารางที่ 87 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการจัดคนเข้าทำงาน จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านองค์การและการจัดการ(การจัดคนเข้าทำงาน)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ประสบการณ์การทำงาน		
ใช่	19 (35.2)	8 (33.3)
ไม่ใช่	35 (64.8)	16 (66.7)
กฎหมายแรงงาน		
ใช่	7 (13.0)	4 (16.7)
ไม่ใช่	47 (87.0)	20 (83.3)
ความสามารถในการจ่ายของกิจการ		
ใช่	26 (48.1)	8 (33.3)
ไม่ใช่	28 (51.9)	16 (66.7)
คู่แข่ง		
ใช่	7 (13.0)	4 (16.7)
ไม่ใช่	47 (87.0)	20 (83.3)
อื่นๆ (ความขยันของพนักงาน)		
ใช่	2 (3.7)	0 (0.0)
ไม่ใช่	52 (96.3)	24 (100.0)

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์การ และการจัดการเกี่ยวกับการจัดคนเข้าทำงาน จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการสอนงานให้แก่ พนักงาน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.4 มีการฝึกอบรม จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.9 มีการจ่ายค่าตอบแทนโดยจ่ายค่าจ้างตามชั่วโมงการนวดมากที่สุด จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาจ่ายเป็นค่าจ้างประจำรายเดือน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และจ่ายเป็นค่าจ้าง ประจำรายเดือนและจ่ายเพิ่มตามชั่วโมง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 มีหลักเกณฑ์การกำหนด ค่าจ้าง ได้แก่ ความสามารถของพนักงานมากที่สุด จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ ความสามารถในการจ่ายของกิจการ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ประสบการณ์การทำงาน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2 กฎหมายแรงงาน และคู่แข่งชั้น จำนวน 7 รายเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 13.0 อายุการทำงาน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.1 และความขยันของพนักงาน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการสอนงานให้แก่ พนักงาน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.7 มีการฝึกอบรมทั้งหมด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 มีการจ่ายค่าตอบแทนโดยจ่ายค่าจ้างตามชั่วโมงการนวดมากที่สุด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 และจ่ายเป็นค่าจ้างประจำรายเดือนและจ่ายเพิ่มตามชั่วโมง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีหลักเกณฑ์การกำหนดค่าจ้าง ได้แก่ ความสามารถของพนักงานมากที่สุด จำนวน 18 ราย คิด เป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ประสบการณ์การทำงาน และความสามารถในการจ่ายของกิจการ จำนวน 8 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุการทำงานและกฎหมายแรงงาน จำนวน 4 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการให้สวัสดิการ จำแนกตาม
เงินลงทุน

ด้านองค์การและการจัดการ(การให้สวัสดิการ)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โบนัสพิเศษ		
มี	24 (44.4)	7 (29.2)
ไม่มี	30 (55.6)	17 (70.8)
ประกันสังคม		
มี	16 (29.6)	14 (58.3)
ไม่มี	38 (70.4)	10 (41.7)
การลาหยุด		
มี	36 (66.7)	18 (75.0)
ไม่มี	18 (33.3)	6 (25.0)
ค่าอาหาร		
มี	15 (27.8)	6 (25.0)
ไม่มี	39 (72.2)	18 (75.0)
ที่พักอาศัย		
มี	6 (11.1)	7 (29.2)
ไม่มี	48 (88.9)	17 (70.8)

ตารางที่ 88 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการให้สวัสดิการ จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านองค์การและการจัดการ(การให้สวัสดิการ)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชุดทำงาน		
มี	17 (31.5)	13 (54.2)
ไม่มี	37 (68.5)	11 (45.8)
อื่นๆ (มีอาหารให้ และเลี้ยงอาหารเย็นเป็นบางครั้ง)		
มี	1 (1.9)	2 (8.3)
ไม่มี	53 (98.1)	22 (91.7)

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการให้สวัสดิการ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานเรียงตามลำดับ ได้แก่ การลาหยุดมากที่สุด จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ โบนัสพิเศษ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.4 ชุดทำงาน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 ประกันสังคม จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 ค่าอาหาร จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 ที่พักอาศัย จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 และมีอาหารให้พนักงานและเลี้ยงอาหารเย็นเป็นบางครั้ง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานเรียงตามลำดับ ได้แก่ การลาหยุดมากที่สุด จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ประกันสังคม จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 ชุดทำงาน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 ที่พักอาศัยและโบนัสพิเศษ จำนวน 7 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ค่าอาหาร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 และมีอาหารให้พนักงานและเลี้ยงอาหารเย็นเป็นบางครั้ง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3ตามลำดับ

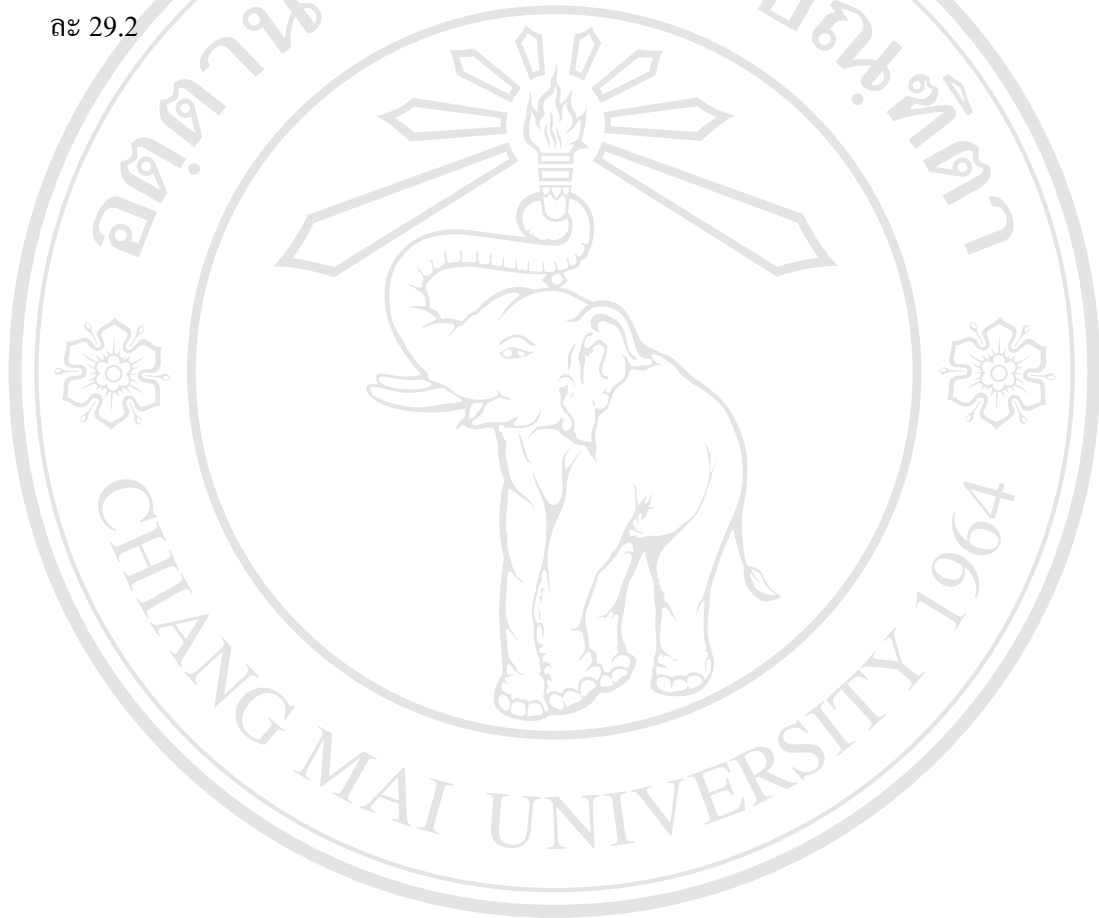
ตารางที่ 89 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการจูงใจและการสั่งการ
จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านองค์การและการจัดการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การจูงใจ		
ให้อิสระในการทำงาน	30 (55.6)	13 (54.2)
ให้คอมมิชชั่น	0 (0.0)	3 (12.5)
ดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด	24 (44.4)	8 (33.3)
การสั่งการ		
สั่งงานให้ผู้จัดการดูแลรับผิดชอบ	16 (29.6)	17 (70.8)
สั่งงานโดยตรงก่อนเริ่มทำงาน	36 (66.7)	7 (29.2)
อื่นๆ (มอบหมายหน้าที่และจัดลำดับการทำงานแต่ละวัน)	2 (3.7)	0 (0.0)

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการจูงใจและการสั่งการจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจูงใจให้แก่นักงาน ได้แก่ การให้อิสระในการทำงาน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.6 และการดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.4 โดยมีการสั่งการในองค์การ คือ สั่งงานโดยตรงก่อนเริ่มทำงานมากที่สุด จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ สั่งงานให้ผู้จัดการดูแลรับผิดชอบ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 และมอบหมายหน้าที่และจัดลำดับการทำงานแต่ละวัน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการจูงใจให้แก่พนักงาน ได้แก่ การให้อิสระในการทำงานมากที่สุด จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา คือ การดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และการให้คอมมิชชั่น จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 โดยมีการตั้งการในองค์กร คือ ตั้งงานให้ผู้จัดการดูแลรับผิดชอบ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 และตั้งงานโดยตรงก่อนเริ่มทำงาน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 90 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการประเมินผลงาน
จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านองค์การและการจัดการ(การควบคุม) คุณสมบัติที่มีผลต่อการประเมินผลงาน	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ความซื่อสัตย์		
ใช่	44 (81.5)	19 (79.2)
ไม่ใช่	10 (18.5)	5 (20.8)
มนุษยสัมพันธ์ดี		
ใช่	45 (83.3)	23 (95.8)
ไม่ใช่	9 (16.7)	1 (4.2)
ขยันอดทน		
ใช่	42 (77.8)	17 (70.8)
ไม่มี	12 (22.2)	7 (29.2)
ตรงต่อเวลา		
ใช่	39 (72.2)	17 (70.8)
ไม่ใช่	15 (27.8)	7 (29.2)
ความพึงพอใจของลูกค้า		
ใช่	39 (72.2)	17 (70.8)
ไม่ใช่	15 (27.8)	7 (29.2)

ตารางที่ 90 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการเกี่ยวกับการประเมินผลพนักงาน
จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านองค์การและการจัดการ(การควบคุม) คุณสมบัติที่มีผลต่อการประเมินผลพนักงาน	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้		
ใช่	30 (55.6)	12 (50.0)
ไม่ใช่	24 (44.4)	12 (50.0)
อื่นๆ (การดูแลสุขภาพ/บุคลิกภาพ กริยามารยาทดีและ มีความคิดสร้างสรรค์)		
ใช่	5 (9.3)	2 (8.3)
ไม่ใช่	49 (90.7)	22 (91.7)

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านองค์การ
และการจัดการเกี่ยวกับคุณสมบัติที่มีผลต่อการประเมินผลพนักงานจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น
ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการประเมินผล
พนักงาน เรียงตามลำดับ ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ดีมากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3
รองลงมาคือความซื่อสัตย์ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.5 ขยันอดทน จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อย
ละ 77.8 ความตรงต่อเวลาและความพึงพอใจของลูกค้า จำนวน 39 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 72.2
ความมีไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.6 และการดูแลสุขภาพ/
บุคลิกภาพ กริยามารยาทดีและมีความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการประเมินผล
พนักงาน เรียงตามลำดับ ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ดีมากที่สุด จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.8
รองลงมาคือความซื่อสัตย์ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.2 ความตรงต่อเวลาขยันอดทนและ
ความพึงพอใจของลูกค้า จำนวน 17 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 70.8 ความมีไหวพริบแก้ปัญหา

เฉพาะหน้าได้ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และการดูแลสุขภาพ/บุคลิกภาพ กิริยามารยาทดี และมีความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 91 แสดงจำนวน ร้อยละด้านองค์การและการจัดการ เกี่ยวกับการนำผลการประเมินไปใช้ ประโยชน์และผู้ประเมิน จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านองค์การและการจัดการ (การควบคุม)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์		
เงินเดือน	6 (11.1)	2 (8.3)
เบี้ยขยัน	2 (3.7)	0 (0.0)
ปรับปรุงด้านบริการ	35 (64.8)	20 (83.3)
ปรับปรุงด้านบุคลากร	10 (18.5)	2 (8.3)
อื่นๆ (ไม่มีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์)	1 (1.9)	0 (0.0)
ผู้ประเมิน		
เจ้าของกิจการ	36 (66.7)	9 (37.5)
ผู้จัดการร้าน	4 (7.4)	9 (37.5)
พนักงาน	5 (9.3)	0 (0.0)
เจ้าของร้านหรือผู้จัดการประเมินร่วมกับพนักงาน	9 (16.7)	6 (25.0)

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์และผู้ที่ทำการประเมินพนักงานจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์เรียงตามลำดับ ได้แก่ การปรับปรุงด้านบริการมากที่สุด จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ การปรับปรุงด้านบุคลากรจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 การขึ้นเงินเดือน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 การให้เบี้ยขยัน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 และไม่มีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 โดยมีผู้ทำการประเมินผลพนักงานเรียงตามลำดับ คือ เจ้าของกิจการเป็นผู้ประเมินมากที่สุด จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการประเมินร่วมกับพนักงาน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 พนักงานเป็นผู้ประเมิน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และผู้จัดการร้านเป็นผู้ประเมิน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์ เรียงตามลำดับ ได้แก่ การปรับปรุงด้านบริการมากที่สุด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ ขึ้นเงินเดือนและปรับปรุงด้านบุคลากรจำนวน 2 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 โดยมีผู้ทำการประเมินผลพนักงานเรียงตามลำดับ คือ เจ้าของกิจการเป็นผู้ประเมินและผู้จัดการร้านเป็นผู้ประเมิน จำนวน 9 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการประเมินร่วมกับพนักงาน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 92 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการปรับปรุงสินค้า จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การปรับปรุงสินค้า		
มี	50 (92.6)	22 (91.7)
ไม่มี	4 (7.4)	2 (8.3)
วิธีการปรับปรุงสินค้า		
มีสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ		
ใช่	3 (5.6)	13 (16.7)
ไม่ใช่	51 (94.4)	11 (45.8)
ปรับปรุงด้านสถานที่ให้ใช้บริการได้สะดวกขึ้น		
ใช่	41 (75.9)	17 (70.8)
ไม่ใช่	13 (24.1)	7 (29.2)
ปรับปรุงความรวดเร็วในการให้บริการ		
ใช่	23 (42.6)	13 (54.2)
ไม่ใช่	31 (57.4)	11 (45.8)
อื่นๆ (ปรับปรุงร้านให้สะอาด)		
ใช่	2 (3.7)	0 (0.0)
ไม่ใช่	52 (96.3)	24 (100.0)

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการผลิต และปฏิบัติการเกี่ยวกับการปรับปรุงสินค้าจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการปรับปรุงสินค้า จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.6 โดยมีวิธีการปรับปรุงสินค้าเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปรับปรุงด้าน สถานที่ให้ใช้บริการได้สะดวกขึ้นมากที่สุด จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ ปรับปรุงความเร็วในการให้บริการ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6 การมีสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 และปรับปรุงร้านให้สะอาด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการปรับปรุงสินค้า จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.7 โดยมีวิธีการปรับปรุงสินค้าเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปรับปรุงด้าน สถานที่ให้ใช้บริการได้สะดวกขึ้นมากที่สุด จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือการมี สินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอและปรับปรุงความเร็วในการให้บริการ จำนวน 13 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 54.2ตามลำดับ

ตารางที่ 93 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การควบคุมคุณภาพ		
มี	53 (98.1)	24 (100.0)
ไม่มี	1 (1.9)	0 (0.0)
วิธีการควบคุมคุณภาพ		
รับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าโดยตรง		
ใช่	52 (96.3)	22 (91.7)
ไม่ใช่	2 (3.7)	2 (8.3)
ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็น		
ใช่	6 (11.1)	9 (37.5)
ไม่ใช่	48 (88.9)	15 (62.5)
สังเกตจากพฤติกรรมลูกค้า		
ใช่	31 (57.4)	14 (58.3)
ไม่ใช่	23 (42.6)	10 (41.7)
อื่นๆ (ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน)		
ใช่	2 (3.7)	2 (8.3)
ไม่ใช่	52 (96.3)	22 (91.7)

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการผลิต และปฏิบัติการเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้า จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการควบคุมคุณภาพสินค้า จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.1 โดยมีวิธีการควบคุมคุณภาพสินค้าเรียงตามลำดับ ได้แก่ รับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าโดยตรงมากที่สุด จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.3 รองลงมาคือ สังเกตจากพฤติกรรมลูกค้า จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.4 ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็น จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 และควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการควบคุมคุณภาพสินค้าทั้งหมด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 โดยมีวิธีการควบคุมคุณภาพสินค้าเรียงตามลำดับ ได้แก่ รับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าโดยตรงมากที่สุด จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาคือสังเกตจากพฤติกรรมลูกค้า จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 ให้ลูกค้ากรอกแบบฟอร์มแสดงความคิดเห็น จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 และควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 94 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงการดำเนินงานและการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การนำความคิดเห็นมาปรับปรุง		
มี	52 (96.3)	22 (91.7)
ไม่มี	2 (3.7)	2 (8.3)
วิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ราคาถูกกว่ารายอื่น		
ใช่	11 (20.4)	1 (4.2)
ไม่ใช่	43 (79.6)	23 (95.8)
มีชื่อเสียง		
ใช่	15 (27.8)	6 (25.0)
ไม่ใช่	39 (72.2)	18 (75.0)
บริการหลังการขาย		
ใช่	14 (25.9)	13 (54.2)
ไม่ใช่	40 (74.1)	11 (45.8)
สะดวกในการซื้อและจัดส่ง		
ใช่	26 (48.1)	14 (58.3)
ไม่ใช่	28 (51.9)	10 (41.7)

ตารางที่ 94 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงการดำเนินงานและการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน	จำนวน
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
อื่นๆ (ลูกค้าให้การตอบรับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และลูกค้าใช้แล้วคิดใจ)		
ใช่	8 (14.8)	5 (20.8)
ไม่ใช่	46 (85.2)	19 (79.2)

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงการดำเนินงาน จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้นโดยผู้ประกอบการที่เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงการดำเนินงาน จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.3 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุงการดำเนินงานทั้งหมด จำนวน 22ราย คิดเป็นร้อยละ 91.7 และเมื่อพิจารณาวิธีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในกิจการ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อและจัดส่งมากที่สุด จำนวน 26ราย คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือสินค้ามีชื่อเสียง จำนวน 15ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 บริการหลังการขาย จำนวน 14ราย คิดเป็นร้อยละ 25.9 ราคาถูกกว่ารายอื่น จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 และลูกค้าให้การตอบรับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และลูกค้าใช้แล้วคิดใจ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อและจัดส่งมากที่สุด จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3รองลงมาคือบริการหลังการขาย จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 สินค้ามีชื่อเสียง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ลูกค้าให้การตอบรับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และลูกค้าใช้แล้วคิดใจ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.8 และราคาถูกกว่ารายอื่น จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 95 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งและการจัดสรรพื้นที่ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การเลือกทำเลที่ตั้ง		
ราคาค่าเช่า	3 (5.6)	1 (4.2)
การเดินทางไปมาสะดวก	6 (11.1)	3 (12.5)
อยู่ในย่านธุรกิจ ใกล้กลุ่มลูกค้า	45 (83.3)	20 (83.3)
การจัดสรรพื้นที่ภายในร้าน		
กระบวนการทำงานสะดวก	43 (79.6)	17 (70.8)
ตามหลักสวงจู้ย	2 (3.7)	3 (12.5)
งบประมาณ	9 (16.7)	4 (16.7)

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกทำเลที่ตั้งและการจัดสรรพื้นที่ภายในร้าน จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้ ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการเลือกทำเลที่ตั้งเรียงตามลำดับ ได้แก่ อยู่ในย่านธุรกิจ ใกล้กลุ่มลูกค้ามากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ การเดินทางไปมาสะดวกจำนวน 6ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 และราคาค่าเช่า จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 โดยมีวิธีการจัดสรรพื้นที่ภายในร้านเรียงตามลำดับ คือ กระบวนการทำงานสะดวกมากที่สุด จำนวน 43ราย คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมาคือ งบประมาณ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และตามหลักสวงจู้ย จำนวน 2ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการเลือกทำเลที่ตั้งเรียงตามลำดับ ได้แก่ อยู่ในย่านธุรกิจ ใกล้กลุ่มลูกค้ามากที่สุด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ การเดินทางไปมาสะดวกจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 และราคาเช่า จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 โดยมีวิธีการจัดสรรพื้นที่ภายในร้านเรียงตามลำดับ คือ กระบวนการทำงานสะดวกมากที่สุด จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ งบประมาณ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และตามหลักฮวงจุ้ย จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 96 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการผลิตและปฏิบัติการเกี่ยวกับการวางแผนกำลังคน จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการผลิตและปฏิบัติการ	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การวางแผนกำลังคน		
มี	41 (75.9)	19 (79.2)
ไม่มี	13 (24.1)	5 (20.8)
วิธีการวางแผนกำลังคน ปรับลดปริมาณพนักงานตามฤดูกาล		
ใช่	28 (51.9)	16 (66.7)
ไม่ใช่	26 (48.1)	8 (33.3)
ใช้ข้อมูลในอดีตมาพยากรณ์ปริมาณลูกค้า		
ใช่	18 (33.3)	9 (37.5)
ไม่ใช่	36 (66.7)	15 (62.5)
อื่นๆ (จะสรรหาเมื่อถึงฤดูท่องเที่ยว)		
ใช่	3 (5.6)	0 (0.0)
ไม่ใช่	51 (94.4)	24 (100.0)

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการผลิต และปฏิบัติการเกี่ยวกับการวางแผนกำลังคน จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการวางแผนกำลังคน จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.6 โดยมีวิธีการวางแผนกำลังคนเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปรับลด ปริมาณพนักงานตามฤดูกาลมากที่สุด จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ ใช้ข้อมูลในอดีตมาพยากรณ์ปริมาณลูกจ้าง จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.1 และจะจัดสรรเมื่อถึงฤดูท่องเที่ยว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการวางแผนกำลังคน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.4 โดยมีวิธีการวางแผนกำลังคนเรียงตามลำดับ ได้แก่ ปรับลด ปริมาณพนักงานตามฤดูกาลมากที่สุด จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 และใช้ข้อมูลในอดีตมา พยากรณ์ปริมาณลูกจ้าง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 97 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาดเกี่ยวกับความแตกต่างของบริการและกลุ่มลูกค้าหลัก จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ความแตกต่างของบริการ		
คุณภาพของบริการ	35 (64.8)	12 (50.0)
คุณภาพของบุคลากร	9 (16.7)	8 (33.3)
สถานที่ให้บริการ	3 (5.6)	4 (16.7)
การทำการตลาด	5 (9.3)	0 (0.0)
อื่นๆ (การสงเคราะห์ให้คนมีงานทำ)	2 (3.7)	0 (0.0)
กลุ่มลูกค้าหลัก		
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	41 (75.9)	11 (45.8)
นักท่องเที่ยวชาวไทย	9 (16.7)	5 (20.8)
ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเชียงใหม่	4 (7.4)	7 (29.2)
อื่นๆ (ทุกกลุ่มลูกค้า)	0 (0.0)	1 (4.2)

จากตารางที่ 97 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการพิจารณาความแตกต่างของสถานบริการและกลุ่มลูกค้าหลัก จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจำแนกความแตกต่างของสถานบริการ เรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของบริการมากที่สุด จำนวน 35 ราย คิด

เป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ คุณภาพของบุคลากรจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 การทำการตลาดจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 สถานที่จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 และการสงเคราะห์ให้คนมีงานทำ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ โดยมีการจำแนกกลุ่มลูกค้าหลักเรียงตามลำดับ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเชียงใหม่ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการจำแนกความแตกต่างของสถานบริการ เรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของบริการมากที่สุด จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ คุณภาพของบุคลากรจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และสถานที่จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ โดยมีการจำแนกกลุ่มลูกค้าหลักเรียงตามลำดับ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเชียงใหม่ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.8 และทุกกลุ่มลูกค้า จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 98 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการประเภทของบริการ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด (ด้านบริการ)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขนาดแผนไทย		
มี	51 (94.4)	24 (100.0)
ไม่มี	3 (5.6)	0 (0.0)
ขนาดฝ่าเท้า		
มี	48 (88.9)	24 (100.0)
ไม่มี	6 (11.1)	0 (0.0)
ขนาดประกอบสมุนไพร		
มี	23 (42.6)	17 (70.8)
ไม่มี	31 (57.4)	7 (29.2)
อบสมุนไพร		
มี	6 (11.1)	9 (37.5)
ไม่มี	48 (88.9)	15 (62.5)
อื่นๆ (ขนาดน้ำมัน ขัดตัว/ขัดหน้า ขนาดหน้า)		
มี	25 (46.3)	13 (54.2)
ไม่มี	29 (53.7)	11 (45.8)

จากตารางที่ 98 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับประเภทของบริการ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีบริการเกี่ยวกับการนวดเรียงตามลำดับ ได้แก่ นวดแผนไทยมากที่สุด จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือนวดฝ่าเท้า จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.9 นวดน้ำมัน ขัดตัว/ขัดหน้า นวดหน้าจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 นวดประคบสมุนไพร จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6 และอบสมุนไพร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีบริการเกี่ยวกับการนวดเรียงตามลำดับ ได้แก่ นวดแผนไทยและนวดฝ่าเท้ามากที่สุด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือนวดประคบสมุนไพร จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 นวดน้ำมัน ขัดตัว/ขัดหน้า นวดหน้าจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 และอบสมุนไพร จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5ตามลำดับ

ตารางที่ 99 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาดเกี่ยวกับการกำหนดค่าบริการ จำแนกตามเงิน

ด้านการตลาด(ด้านราคา)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การกำหนดค่าบริการ		
ต่ำกว่าคู่แข่ง	5 (9.3)	0 (0.0)
เท่ากับคู่แข่ง	18 (33.3)	7 (29.2)
จากราคาดั้งเดิม	13 (24.1)	11 (45.8)
ค่าใช้จ่ายภายในร้าน	3 (5.6)	6 (25.0)
การรับรู้คุณค่า	15 (27.8)	0 (0.0)

จากตารางที่ 99 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการกำหนดค่าบริการ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าบริการ เรียงตามลำดับ ได้แก่ กำหนดเท่ากับคู่แข่งมากที่สุด จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ กำหนดตามการรับรู้คุณค่าจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 กำหนดจากราคาดั้งเดิม จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 กำหนดต่ำกว่าคู่แข่ง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และกำหนดจากค่าใช้จ่ายภายในร้าน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าบริการ เรียงตามลำดับ ได้แก่ กำหนดจากราคาดั้งเดิมมากที่สุด จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ กำหนดเท่ากับคู่แข่งจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 และกำหนดจากค่าใช้จ่ายภายในร้าน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 100 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับช่องทางในการติดต่อใช้บริการ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด (ด้านสถานที่)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ่านนายหน้า เช่น โกลด์ คนขับรถรับจ้าง		
มี	19 (35.2)	11 (45.8)
ไม่มี	35 (64.8)	13 (54.2)
ผ่านอินเทอร์เน็ต		
มี	12 (22.2)	9 (37.5)
ไม่มี	42 (77.8)	15 (62.5)
ผ่านบริษัททัวร์		
มี	9 (16.7)	8 (33.3)
ไม่มี	45 (83.3)	16 (66.7)
ติดต่อด้วยตนเอง		
มี	54 (100.0)	24 (100.0)
ไม่มี	0 (0.0)	0 (0.0)
อื่นๆ (ติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อนบอกต่อ ผ่านโรงแรม/ เกสต์เฮ้าส์)		
มี	2 (3.7)	3 (12.5)
ไม่มี	52 (96.3)	21 (87.5)

จากตารางที่ 100 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับช่องทางในการติดต่อใช้บริการ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีช่องทางในการติดต่อใช้บริการเรียงตามลำดับ ได้แก่ ติดต่อด้วยตนเองมากที่สุด จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือผ่านนายหน้า เช่น โก้ด คนขับรถรับจ้าง จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2 ผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.2 ผ่านบริษัททัวร์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อนบอกต่อ ผ่านโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีช่องทางในการติดต่อใช้บริการเรียงตามลำดับ ได้แก่ ติดต่อด้วยตนเองมากที่สุด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือผ่านนายหน้า เช่น โก้ด คนขับรถรับจ้าง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8 ผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 ผ่านบริษัททัวร์ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อนบอกต่อ ผ่านโรงแรม/เกสต์เฮ้าส์ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 101 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาดเกี่ยวกับรูปแบบในการติดต่อใช้บริการ
จำแนกตามเงินลงทุน

	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
ด้านการตลาด	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การติดต่อใช้บริการ		
ให้บริการเฉพาะที่ร้าน	26 (48.1)	20 (83.3)
ให้บริการถึงบ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้า ต้องการ	3 (5.6)	0 (0.0)
ให้บริการที่ร้านและนอกสถานที่	25 (46.3)	4 (16.7)

จากตารางที่ 101 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบในการติดต่อใช้บริการ
จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีรูปแบบช่องทางการ
การติดต่อใช้บริการ เรียงตามลำดับ ได้แก่ ให้บริการเฉพาะที่ร้านมากที่สุด จำนวน 26 ราย คิดเป็น
ร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ให้บริการที่ร้านและนอกสถานที่จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.3 และ
ให้บริการถึงบ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีรูปแบบช่องทางการติดต่อใช้บริการ
เรียงตามลำดับ ได้แก่ ให้บริการเฉพาะที่ร้านมากที่สุด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 และ
ให้บริการที่ร้านและนอกสถานที่จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 102 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด (การส่งเสริมการตลาด)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด		
มี	34 (63.0)	20 (83.3)
ไม่มี	20 (37.0)	4 (16.7)
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์		
มี	28 (51.9)	14 (58.3)
ไม่มี	26 (48.1)	10 (41.7)
การประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ข้อมูลทางวารสาร		
มี	4 (7.4)	7 (29.2)
ไม่มี	50 (92.6)	17 (70.8)
พนักงานขายแนะนำสินค้าและบริการ		
มี	0 (0.0)	10 (41.7)
ไม่มี	54 (100.0)	14 (58.3)
การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดต่างๆ		
มี	18 (33.3)	16 (66.7)
ไม่มี	36 (66.7)	8 (33.3)

จากตารางที่ 102 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาด เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น โดย ผู้ประกอบการที่เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.0 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 และเมื่อพิจารณาวิธีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเรียงตามลำดับ ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์มากที่สุด จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดต่างๆ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และการประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ข้อมูลทางวารสาร จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเรียงตามลำดับ ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดต่างๆ มากที่สุด จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 พนักงานขายแนะนำสินค้าและบริการ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.7 และการประชาสัมพันธ์ เช่น ให้ข้อมูลทางวารสาร จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 103 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาดเกี่ยวกับความถี่ในการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ความถี่ในการส่งเสริมการตลาด เป็นประจำทุกเดือน	19 (35.2)	10 (41.7)
3 เดือนครั้ง	5 (9.3)	4 (16.7)
6 เดือนครั้ง	3 (5.6)	3 (12.5)
ปีละครั้ง	7 (13.0)	3 (12.5)

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมีความถี่ในการจัดกิจกรรม จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ทุกเดือนมากที่สุด จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือ ปีละครั้งจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 ความถี่ 3 เดือนครั้ง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และความถี่ 6 เดือนครั้ง จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีความถี่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับ ได้แก่ ทุกเดือนมากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ ความถี่ 3 เดือนครั้ง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ความถี่ 6 เดือนครั้ง และปีละครั้งจำนวน 3 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 104 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อและสื่อที่ใช้ในการโฆษณา จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การโฆษณาผ่านสื่อ		
มี	31 (57.4)	21 (87.5)
ไม่มี	23 (42.6)	3 (12.5)
สื่อโฆษณา		
ป้ายโฆษณา		
ใช่	13 (24.1)	9 (37.5)
ไม่ใช่	41 (75.9)	15 (62.5)
เว็บไซต์		
ใช่	12 (22.2)	11 (45.8)
ไม่ใช่	42 (77.8)	13 (54.2)
หนังสือ วารสารท้องถิ่น		
ใช่	5 (9.3)	12 (50.0)
ไม่ใช่	49 (90.7)	12 (50.0)
โบรชัวร์ แผ่นพับ		
ใช่	19 (35.2)	16 (66.7)
ไม่ใช่	35 (64.8)	8 (33.3)

ตารางที่ 104 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อและสื่อที่ใช้ในการโฆษณา จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านการตลาด	เงินลงทุน		
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท	
	N = 54	N = 24	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โฆษณาทางวิทยุ	ใช่	1 (1.9)	3 (12.5)
	ไม่ใช่	53 (98.1)	21 (87.5)
อื่นๆ (Facebook)	ใช่	3 (5.6)	0 (0.0)
	ไม่ใช่	51 (94.4)	24 (100.0)

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น โดย ผู้ประกอบการที่เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการโฆษณาผ่านสื่อ จำนวน 31ราย คิดเป็นร้อยละ 57.4 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการโฆษณาผ่านสื่อ จำนวน 21ราย คิดเป็นร้อยละ 87.5 และเมื่อพิจารณาสื่อที่ใช้ในการโฆษณา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการใช้สื่อโฆษณาเรียงตามลำดับ ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับมากที่สุด จำนวน 19ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือป้ายโฆษณา จำนวน 13ราย คิดเป็นร้อยละ 24.1 เว็บไซต์ จำนวน 12ราย คิดเป็นร้อยละ 22.2 หนังสือวารสารท้องถิ่น จำนวน 5ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 Facebook จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 และโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการใช้สื่อโฆษณาเรียงตามลำดับ ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับมากที่สุด จำนวน 16ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือหนังสือ วารสารท้องถิ่น จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 เว็บไซต์ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ

45.8 ป้ายโฆษณา จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 และโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับแสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการโฆษณาผ่านสื่อและสื่อที่ใช้ในการโฆษณา จำแนกตามเงินลงทุน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 105 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การส่งเสริมการขาย		
มี	22 (40.7)	19 (79.2)
ไม่มี	32 (59.3)	5 (20.8)
การลดราคา		
ใช่	15 (27.8)	14 (58.3)
ไม่ใช่	39 (72.2)	10 (41.7)
การสะสมแต้ม		
ใช่	10 (18.5)	7 (29.2)
ไม่ใช่	44 (81.5)	17 (70.8)
การสะสมคูปองส่วนลด		
ใช่	2 (3.7)	2 (8.3)
ไม่ใช่	52 (96.3)	22 (91.7)

ตารางที่ 105 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านการตลาด	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก		
ใช่	8 (14.8)	8 (33.3)
ไม่ใช่	46 (85.2)	16 (66.7)
การแจกของแถม		
ใช่	0 (0.0)	2 (8.3)
ไม่ใช่	54 (100.0)	22 (91.7)

จากตารางที่ 105พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น โดย ผู้ประกอบการที่เงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 ส่วนผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการโฆษณาผ่านสื่อ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.2 และเมื่อพิจารณาสื่อที่ใช้ในการโฆษณา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามลำดับ ได้แก่ การลดราคามากที่สุด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือการสะสมชั่วโมง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 และการสะสมคู่มือส่วนลด จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามลำดับ ได้แก่ การลดราคามากที่สุด จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 การสะสมชั่วโมง จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 และการสะสมคู่มือส่วนลดและการแจกของแถม จำนวน 2 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 106 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด (ด้านพนักงาน)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การแต่งกายด้วยเครื่องแบบมาตรฐาน		
ใช่	32 (59.3)	18 (75.0)
ไม่ใช่	22 (40.7)	6 (25.0)
ความสะอาดของร่างกาย		
ใช่	37 (68.5)	18 (75.0)
ไม่ใช่	17 (31.5)	6 (25.0)
การแต่งหน้าที่ดูสะอาดเป็นธรรมชาติ		
ใช่	20 (37.0)	14 (58.3)
ไม่ใช่	34 (63.0)	10 (41.7)
ทักษะหรือท่วงท่าที่เป็นมาตรฐาน		
ใช่	47 (87.0)	21 (87.5)
ไม่ใช่	7 (13.0)	3 (12.5)
กิจกรรมารยาทของพนักงาน		
ใช่	38 (70.4)	21 (87.5)
ไม่ใช่	16 (29.6)	3 (12.5)

ตารางที่ 106 แสดงจำนวน ร้อยละด้านการตลาด เกี่ยวกับการดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านการตลาด (ด้านพนักงาน)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อื่นๆ (เอาใจใส่ในการทำงานและกระตือรือร้น)		
ใช่	0 (0.0)	2 (8.3)
ไม่ใช่	54 (100.0)	22 (91.7)
การฝึกอบรมความรู้		
ต่อเนื่อง	25 (46.3)	20 (83.3)
ไม่ต่อเนื่อง	29 (53.7)	4 (16.7)

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าจำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าเรียงตามลำดับ ได้แก่ ทักษะหรือท่วงท่าที่เป็นมาตรฐานมากที่สุด จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาคือกิจกรรมารยาทของพนักงาน จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.4 ความสะอาดของร่างกาย จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.5 การแต่งกายด้วยเครื่องแบบมาตรฐาน จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 การแต่งหน้าที่ดูสะอาดเป็นธรรมชาติ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับโดยมีการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง จำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 46.3

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการดูแลพนักงานให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าเรียงตามลำดับ ได้แก่ ทักษะหรือท่วงท่าที่เป็นมาตรฐานและกิจกรรมารยาทของพนักงาน มากที่สุด จำนวน 21 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือการแต่งกายด้วยเครื่องแบบมาตรฐานและความสะอาดของร่างกาย จำนวน 18 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 75.0 การแต่งหน้าที่ดูสะอาดเป็นธรรมชาติ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 และการเอาใจใส่ในการทำ

การ ความกระตือรือร้นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับโดยมีการฝึกอบรมความรู้ให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง จำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 83.3

ตารางที่ 107 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการเกี่ยวกับระดับความรวดเร็วในการให้บริการ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด(ด้านกระบวนการให้บริการ)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ระดับความรวดเร็วในการให้บริการ		
มาก	21 (38.9)	16 (66.7)
ปานกลาง	33 (61.1)	8 (33.3)
ความถี่ของข้อผิดพลาด ต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	23 (42.6)	10 (41.7)
มากกว่า 1 ครั้งแต่ไม่เกิน 5 ครั้ง	31 (57.4)	12 (50.0)
มากกว่า 5 ครั้งแต่ไม่เกิน 10 ครั้ง	0 (0.0)	2 (8.3)

จากตารางที่ 107 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีระดับความรวดเร็วในการให้บริการ ในระดับรวดเร็วปานกลางมากที่สุด จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.1 และมีความรวดเร็วในระดับมากที่สุดจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.9 โดยมีความถี่ของข้อผิดพลาดต่อเดือนได้แก่ผิดพลาดมากกว่า 1 ครั้งแต่ไม่เกิน 5 ครั้ง จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.4 และความผิดพลาดน้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีระดับความรวดเร็วในการให้บริการ ในระดับรวดเร็วมาก มากที่สุด จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 และมีความ

รวดเร็วในระดับปานกลางจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 โดยมีความถี่ของข้อผิดพลาดต่อเดือนได้แก่ผิดพลาดมากกว่า 1 ครั้งแต่ไม่เกิน 5 ครั้ง จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 ความผิดพลาดน้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.7 และผิดพลาดมากกว่า 5 ครั้งแต่ไม่เกิน 10 ครั้ง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 108 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาด ในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการตลาด(ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		
การตกแต่งร้าน		
มี	28 (51.9)	14 (58.3)
ไม่มี	26 (48.1)	10 (41.7)
ความสะอาดของร้าน		
มี	41 (75.9)	22 (91.7)
ไม่มี	13 (24.1)	2 (8.3)
ความรวดเร็วในการให้บริการ		
มี	30 (55.6)	17 (70.8)
ไม่มี	24 (44.4)	7 (29.2)

ตารางที่ 108 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการตลาด ในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามเงินลงทุน (ต่อ)

ด้านการตลาด(ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ)	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การแต่งกายของพนักงาน		
มี	27 (50.0)	13 (54.2)
ไม่มี	27 (50.0)	11 (45.8)
อื่นๆ (ความเป็นมาตรฐาน คุณภาพ สุขภาพ มารยาท ของพนักงาน)		
มี	8 (14.8)	3 (12.5)
ไม่มี	46 (85.2)	21 (87.5)

จากตารางที่ 108 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เรียงตามลำดับได้แก่ ความสะอาดของร้านมากที่สุด จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.6 การตกแต่งร้าน จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.9 การแต่งกายของพนักงาน จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และความเป็นมาตรฐาน คุณภาพ สุขภาพ มารยาทของพนักงาน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เรียงตามลำดับได้แก่ ความสะอาดของร้านมากที่สุด จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 การตกแต่งร้าน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.3 การแต่งกายของพนักงาน จำนวน 13 ราย

คิดเป็นร้อยละ 54.2 และความเป็นมาตรฐาน คุณภาพ สุขภาพ มารยาทของพนักงาน จำนวน 3 ราย
คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและร้อยละด้านการเงินเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อเดือน จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการเงิน	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท	มากกว่า 500,000 บาท
	N = 54	N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน		
ไม่เกิน 50,000 บาท	32 (59.3)	3 (12.5)
50,001 – 100,000 บาท	15 (27.8)	7 (29.2)
100,001 – 150,000 บาท	5 (9.3)	5 (20.8)
มากกว่า 150,000 บาท	2 (3.7)	9 (37.5)
แหล่งเงินทุน		
เงินทุนส่วนตัว		
มี	48 (88.9)	17 (70.8)
ไม่มี	6 (11.1)	7 (29.2)
กู้ยืมจากญาติพี่น้อง		
มี	1 (1.9)	0 (0.0)
ไม่มี	53 (98.1)	24 (100.0)
กู้ยืมจากสถาบันการเงิน		
มี	7 (13.0)	17 (70.8)
ไม่มี	47 (87.0)	7 (29.2)

จากตารางที่ 109 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเงินเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อเดือนและแหล่งเงินทุน จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน เรียงตามลำดับ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 50,000 บาทมากที่สุด จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 50,001 – 100,000 บาทจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 ค่าใช้จ่าย 100,001 – 150,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และค่าใช้จ่ายมากกว่า 150,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ โดยมีแหล่งเงินทุนจากเงินทุนส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.9 กู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และกู้ยืมจากญาติพี่น้อง จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน เรียงตามลำดับ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายมากกว่า 150,000 บาทมากที่สุด จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย 50,001 – 100,000 บาทจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 ค่าใช้จ่าย 100,001 – 150,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.8 และค่าใช้จ่ายไม่เกิน 50,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ โดยมีแหล่งเงินทุนจากเงินทุนส่วนตัวและกู้ยืมจากสถาบันการเงินในจำนวนที่เท่ากันคือ 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8

ตารางที่ 110 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการเงินเกี่ยวกับการใช้เงินสดคงเหลือ จำแนกตามเงิน

ด้านการเงิน	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การใช้เงินสดคงเหลือ เก็บไว้ใช้หมุนเวียนในเดือนถัดไป		
ใช่	45 (83.3)	18 (75.0)
ไม่ใช่	9 (16.7)	6 (25.0)
ฝากธนาคาร		
ใช่	21 (38.9)	12 (50.0)
ไม่ใช่	33 (61.1)	12 (50.0)
นำไปปรับปรุงร้าน		
ใช่	32 (59.3)	20 (83.3)
ไม่ใช่	22 (40.7)	4 (16.7)
ลงทุนในธุรกิจอื่น		
ใช่	1 (1.9)	3 (12.5)
ไม่ใช่	53 (98.1)	21 (87.5)

จากตารางที่ 110 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเงินเกี่ยวกับการใช้เงินสดคงเหลือ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการใช้เงินสดคงเหลือเรียงตามลำดับ ได้แก่ เก็บไว้ใช้หมุนเวียนในเดือนถัดไปมากที่สุด จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ

83.3 รองลงมาคือ นำไปปรับปรุงร้านจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 ฝากธนาคาร จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.9 และลงทุนในธุรกิจอื่น จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการใช้เงินสดคงเหลือเรียงตามลำดับ ได้แก่ นำไปปรับปรุงร้านมากที่สุด จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ เก็บไว้ใช้หมุนเวียนในเดือนถัดไป จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 ฝากธนาคาร จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 และลงทุนในธุรกิจอื่น จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 111 แสดงจำนวน และร้อยละด้านการเงินเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี จำแนกตามเงินลงทุน

ด้านการเงิน	เงินลงทุน	
	น้อยกว่า 500,000 บาท N = 54	มากกว่า 500,000 บาท N = 24
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การจัดทำบัญชี		
มี	43 (79.6)	18 (75.0)
ไม่มี	11 (20.4)	6 (25.0)
จัดทำแบบง่าย		
ใช่	38 (70.4)	7 (29.2)
ไม่ใช่	16 (29.6)	17 (70.8)
จ้างคนมาบันทึกบัญชี		
ใช่	4 (7.4)	2 (8.3)
ไม่ใช่	50 (92.6)	22 (91.7)
จัดทำบัญชีถูกต้องตามกฎหมาย		
ใช่	3 (5.6)	9 (37.5)
ไม่ใช่	51 (94.4)	15 (62.5)

จากตารางที่ 111 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการเงินเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มต้น ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นน้อยกว่า 500,000 บาท มีการจัดทำบัญชีจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.6 โดยมีวิธีการจัดทำบัญชี เรียงตามลำดับ ได้แก่ จัดทำแบบง่ายมากที่สุด จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.4 รองลงมาคือ จ้างคนมาบันทึกบัญชีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.4 และจัดทำบัญชีถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเริ่มต้นมากกว่า 500,000 บาท มีการจัดทำบัญชีจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 โดยมีวิธีการจัดทำบัญชี เรียงตามลำดับ ได้แก่ จัดทำบัญชีถูกต้องตามกฎหมายมากที่สุด จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ จัดทำแบบง่าย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.2 และจ้างคนมาบันทึกบัญชีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ