

โครงการจัดตั้งศูนย์ไทยสปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ และนวดจัดกระดูก

Thai Spaya service ,Thai Massage, Yoga and Chiropractors center



โครงการจัดตั้งศูนย์ไทยสปาและบริการ นวดแผนไทย โยคะ และนวดจัดกระดูก

Thai Spaya service ,Thai Massage, Yoga and Chiropractors center



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



© 2558

จूरรัตน์ สุชาอรรถ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการจัดตั้งศูนย์ไทยสปาและบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก
(Thai Spaya service ,Thai Massage, Yoga and Chiropractors center)

ผู้วิจัย จุรีรัตน์ สุธาอรรถ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.ณัฐจันทิชา ณ นคร)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.ปีเตอร์ กั้น)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการรักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 18 สิงหาคม 2558

จूरรัตน์ สุธาอรรถ. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต,
สิงหาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

โครงการจัดตั้งศูนย์ไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ และนวดจัดกระดูก (160 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. ณัฏฐธัญญา ณ นคร

บทคัดย่อ

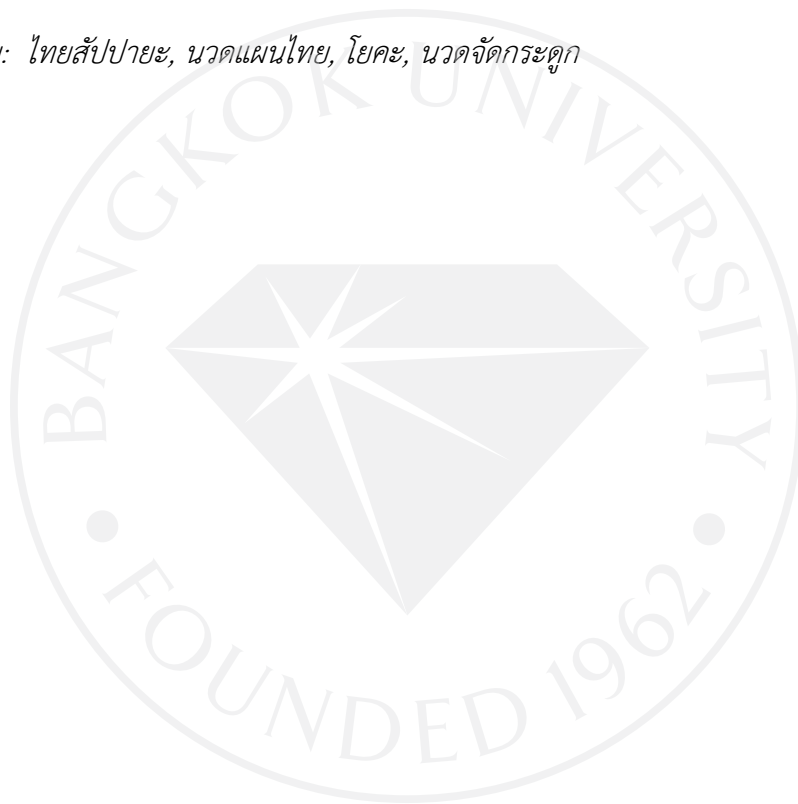
ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะจัดตั้งศูนย์บริการด้านส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบเป็นศูนย์ไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ และการนวดจัดกระดูก โดยได้นำการบริการด้านสุขภาพทั้ง 3 ศาสตร์เข้ามาผสมผสานจัดการรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกันสามารถส่งเสริมสุขภาพให้แก่ผู้มาเข้าใช้บริการได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุดและเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาดูแลสุขภาพอย่างจริงจัง และนำเสนอการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนการเริ่มฝึกโยคะด้วยศาสตร์การนวดแผนไทยและการนวดจัดกระดูก เป็นบริการพิเศษ

ดังนั้นในขั้นตอนการศึกษาเพื่อนำผลวิเคราะห์ข้อมูลมาดำเนินการจัดตั้งศูนย์สุขภาพให้ประสบความสำเร็จตามแนวทางที่วางแผนไว้ ผู้ศึกษาจึงได้เริ่มวางแผนเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านการเข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพนวดแผนไทย โยคะ และนวดจัดกระดูก และเพื่อศึกษาทัศนคติในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนการเริ่มฝึกโยคะภายในศูนย์สุขภาพ และความคิดเห็นทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์สุขภาพ โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบเจาะจง จากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In Deep – Interview) กับ ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโยคะ ธุรกิจนวดแผนไทย และการนวดจัดกระดูก และการเก็บข้อมูลจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มประชากรวัยทำงานจำนวน 400 หน่วยประชากร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยข้อมูลจากแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อหาค่าตัวแปรต่างๆ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้บริโภคมีความสนใจเข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพ โดยเข้าใช้บริการด้านสุขภาพนวดแผนไทย โยคะ และนวดจัดกระดูก ในอัตราเฉลี่ย มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายบริการแต่ละครั้ง ไม่เกิน 1,000 บาท เหตุผลที่เข้าใช้บริการส่วนใหญ่พบว่าเพื่อส่งเสริมสุขภาพ คลายเครียดและบำบัดรักษาอาการบาดเจ็บต่างๆ และปัจจัยที่ส่งผลให้ตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการสถานบริการส่งเสริมสุขภาพ ส่วนใหญ่แล้วให้ความสำคัญด้านบุคลากรเป็นสำคัญ ต้องมีคุณภาพและมีความรู้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสถาบันที่เชื่อถือได้ ส่วนความคิดเห็นทางด้านการ

มีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการแต่เห็นด้วยถ้าจะมีบริการนี้ภายในศูนย์สุขภาพ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการจัดตั้งธุรกิจด้านส่งเสริมสุขภาพต้องคำนึงถึงคุณค่าและประโยชน์สูงสุดที่เราจะส่งมอบให้ผู้บริโภคเนื่องจากผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพอย่างจริงจังเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพและการมีบริการเสริมพิเศษเข้ามาเพิ่มเติมก็สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมาใช้บริการมากขึ้น ดังนั้นรูปแบบศูนย์สุขภาพที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและมีความแตกต่างก็จะเป็นโอกาสทางการตลาดที่ดีได้

คำสำคัญ: ไทยส์ปายะ, นวดแผนไทย, โยคะ, นวดจัดกระดูก



Sutha-aut, J. M. Com. Arts (Entertainment Management and Production), August 2015, Graduated School, Bangkok University.

Thai Spaya service Thai Massage, Yoga and Chiropractors center. (160 pp.)

Advisor: Nathanicha Na-Nakorn, Ph.D.

ABSTRACT

This Research about Thai Spaya service Thai Massage, Yoga and Chiropractors center by bringing health services as well as three science to the mix managed service model accordingly to promote health to those who come into use at maximum benefit and to satisfy the needs of consumers who turn to be healthy seriously and presents an assessment of the availability Thai Spaya service Thai Massage, Yoga and Chiropractors center.

Therefore, There is the educational process to analyze the data to establish the health centre to be successful, according to the plan. The study was initially planned to study consumer behaviour data with the objective to study the behaviour of consumers in terms of access to Thai Spaya service Thai Massage, Yoga and Chiropractors center and to study the attitudes of opinion regarding the assessment of physical readiness before the start of practice within the health center and reviews the factors that influence the selection of the wellness center. Using specific data from in-depth interviews with the yoga business operator. Thailand traditional massage Massage and Chiropractic, the retention of population in Bangkok. A group of 400 people of working age population by means of sampling (Purposive Sampling) used in the study was a questionnaire by using quantitative data from questionnaires statistics used in the analysis were percentage, average, and standard deviation to find parameters.

The results of this study revealed that consumers are interested in the wellness center by Thai Spaya service Thai Massage, Yoga and Chiropractors center. An average rate of more than one time per month. Each service costs 1,000 baht reason to use the service mainly to promote health. Relax and heal various injuries and factors affecting the decision to use health services. Most of the staff is a key

priority, there must have knowledge and have received certification from the Institute reliable. The opinions of the readiness assessment body before starting yoga but most never used to see if this service is available in health centers. Therefore, it was concluded that the business establishment of health promotion must take into account the value and benefits that are delivered to consumers, since consumers tend to pay more attention to health care seriously to prepare for aging seniors. Quality and service are extra special to be able to attract more consumers to use more service. The health centre model that can build confidence for consumers and there is a difference, it would be a great marketing opportunity.

Keywords: Thai Spaya, Thailand Massage, Yoga, Chiropractors



กิตติมากรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้เฉพาะบุคคลฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ดร.ณัฐธัญญา ณ นคร ที่กรุณาให้คำปรึกษาในทุกขั้นตอนระหว่างที่ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ พร้อมทั้งให้ความกรุณาติดตามและประเมินผลการดำเนินงานรวมถึงมีส่วนช่วยชี้แนะในการแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆทำให้ผลการดำเนินการเป็นผลสำเร็จอย่างมีคุณภาพ และกำลังใจจากอาจารย์ที่มอบให้แก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาทำการศึกษาทำให้ผู้ศึกษามุ่งมั่นไม่ย่อท้อและสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ได้ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งและกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ดร. ปีเตอร์ กัน ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต ในความกรุณาที่ทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบแนวทางการศึกษาที่ชัดเจนอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้รวมถึงข้อแนะนำต่างๆที่อาจารย์มอบให้ตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา ความรู้ทั้งหมดที่อาจารย์ได้ถ่ายทอดให้ ผู้ศึกษาได้นำมาใช้และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดตั้งโครงการในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้โอกาสผู้ศึกษาได้เข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ อาจารย์ประสิทธิ์ คงทรัพย์ แพทย์แผนไทยประจำศิริภักค์คลินิก คุณชาญพนธ์ ตั้งตรงจิตร ผู้จัดการศูนย์สุขภาพเขตนวัน(แจ้งวัฒนะ) และ คุณเพชรรัตน์ เจริญมิตร(ครูหญิง) ผู้ฝึกสอนโยคะ สถาบันบางกอกโยคะ

สุดท้ายขอขอบคุณกำลังใจที่สำคัญจากครอบครัวสุธาอรรณ บิดา มารดา คุณป้า และน้องๆที่ให้กำลังใจตลอดมา และเพื่อนๆทุกคนที่มีส่วนช่วยให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี และมหาวิทยาลัยกรุงเทพสถาบันการศึกษาที่มอบประสบการณ์ที่ดีในการศึกษาตลอดจนจบหลักสูตร

จุรีรัตน์ สุธาอรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติมากรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์รวม	6
2.2 ความรู้และประวัติโยคะ	8
2.3 ความรู้และประวัติการนวดจัดกระดูก	13
2.4 ความรู้และประวัติการนวดแผนไทย	18
2.5 แนวคิดการปรับสมดุลโครงสร้างร่างกาย	28
2.6 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	32
2.7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix 7Ps vs 7Cs)	38
2.8 เครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาด SWOT Analysis	40
2.9 แนวคิดโมเดลแรงกดดัน 5 ประการ (The Five Forces Model for Competition)	42
2.10 กระบวนการเปรียบเทียบวัด Benchmarking	43
2.11 แนวคิดจิตวิทยาการบริการ	49
2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วัตถุประสงค์การวิจัย	54
3.2 ขั้นตอนในการศึกษา	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) ระเบียบวิธีวิจัย	
3.3 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	54
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	57
3.8 การแปลผลข้อมูล	57
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	59
4.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	66
4.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	81
บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ	
5.1 ชื่อและข้อมูลบริษัท	84
5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	84
5.3 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	85
5.4 โครงสร้างโครงการ	88
5.5 วิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรม	90
5.6 การวิเคราะห์การตลาด	101
5.7 การกำหนดกลยุทธ์ตลาด	104
5.8 กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ	106
บทที่ 6 งบการเงิน	
6.1 ข้อสรุปสมมติฐานแผนการเงินของโครงการ (Financial Planning)	109
6.2 การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม	109
6.3 การประมาณการรายจ่าย	111
6.4 การประมาณการรายได้	113
6.5 สมมติฐานอัตราการเข้าใช้บริการต่อปี	114
6.6 สมมติฐานรายได้	119
6.7 สมมติฐานค่าใช้จ่ายดำเนินการ	123

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 (ต่อ) งบการเงิน	
6.8 งบการเงินของกิจการบริษัทลักษณะ Best Case	126
6.9 สรุปผลการได้มาใช้จ่ายของเงินสดและผลประกอบการ (Statement of Cash Flow)	130
6.10 สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ (Financial Cost – Benefit Analysis)	137
บทที่ 7 สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ	
7.1 บทสรุปด้านการวิจัย	139
7.2 บทสรุปทางธุรกิจ	142
บรรณานุกรม	145
ภาคผนวก	147
ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร	148
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	150
ภาคผนวก ค แบบจำลองใหม่ของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	156
ประวัติผู้เขียน	160
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	67
ตารางที่ 4.2: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	67
ตารางที่ 4.3: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพ	68
ตารางที่ 4.4: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	68
ตารางที่ 4.5: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	69
ตารางที่ 4.6: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	69
ตารางที่ 4.7: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ เหตุผลในการฝึกโยคะ	70
ตารางที่ 4.8: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ ความถี่ในการฝึกโยคะ	70
ตารางที่ 4.9: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ ค่าจ่ายต่อครั้งที่เข้าใช้บริการ	71
ตารางที่ 4.10: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการนวดจัดกระดูก เหตุผลในการใช้บริการ	72
ตารางที่ 4.11: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการนวดจัดกระดูก ความถี่ในการเข้าใช้บริการ	72
ตารางที่ 4.12: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการนวดจัดกระดูก ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เข้า ใช้บริการ	73
ตารางที่ 4.13: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการนวดแผนไทย เหตุผลในการเข้าใช้บริการ	73
ตารางที่ 4.14: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการนวดแผนไทย ความถี่ในการเข้าใช้บริการ	74
ตารางที่ 4.15: แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการนวดแผนไทย ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เข้า ใช้บริการ	74
ตารางที่ 4.16: แสดงข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะ ในด้านการเข้าใช้บริการ	75
ตารางที่ 4.17: แสดงข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อประโยชน์ของการ ประเมินสภาพร่างกาย	76
ตารางที่ 4.18: แสดงข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับความต้องการให้มีการตรวจประเมิน สภาพร่างกาย	76
ตารางที่ 4.19: แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญที่มีต่อการเลือก ใช้ศูนย์ฝึกโยคะ	77
ตารางที่ 5.1: ตารางวิเคราะห์ Context	91
ตารางที่ 5.2: ตารางวิเคราะห์ Company	92
ตารางที่ 5.3: ตารางวิเคราะห์ Collaborator	93
ตารางที่ 5.4: ตารางวิเคราะห์ Competitor	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.5: ตารางวิเคราะห์ Consumer	94
ตารางที่ 5.6: ตารางวิเคราะห์ What Why Who How	95
ตารางที่ 5.7: ตารางวิเคราะห์ SWOT / Tows Matrix	96
ตารางที่ 5.8: ตารางวิเคราะห์คู่แข่ง	100
ตารางที่ 5.9: ตารางการวิเคราะห์ Marketing Mix 4P	101
ตารางที่ 5.10: ตารางการวิเคราะห์ Marketing Mix 7Ps, 7Cs	102
ตารางที่ 5.11: กลยุทธ์การพัฒนารูธุรกิจ	106
ตารางที่ 6.1: ค่าเสื่อมราคา	113
ตารางที่ 6.2: สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะปกติ	114
ตารางที่ 6.3: สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะดีเยี่ยม	116
ตารางที่ 6.4: สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะย่ำแย่	117
ตารางที่ 6.5: สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับปกติ	119
ตารางที่ 6.6: สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับดีเยี่ยม	120
ตารางที่ 6.7: สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับย่ำแย่	122
ตารางที่ 6.8: แสดงค่าใช้จ่ายการขาย	123
ตารางที่ 6.9: แสดงค่าใช้จ่ายบริหาร	124
ตารางที่ 6.10: แสดงค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	125
ตารางที่ 6.11: แสดงงบกำไรขาดทุน	126
ตารางที่ 6.12: แสดงงบดุล	128
ตารางที่ 6.13: แสดงงบกระแสเงินสด	129
ตารางที่ 6.14: แสดง Cash Flow ลักษณะดีเยี่ยม	130
ตารางที่ 6.15: แสดง Cash Flow ลักษณะปกติ	132
ตารางที่ 6.16: แสดง Cash Flow ลักษณะย่ำแย่	135
ตารางที่ 6.17: สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	137

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงรูปร่างลักษณะของ Concave – Convex Rule	17
ภาพที่ 2.2: ภาพแสดงลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์	35
ภาพที่ 2.3: แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง 7Ps / 7Cs	40
ภาพที่ 2.4: ภาพแสดงแนวคิด SWOT Analysis	41
ภาพที่ 5.1: ชื่อบริษัท	84
ภาพที่ 5.2: แผนที่พิกัดบริเวณที่ตั้งโครงการ	87
ภาพที่ 5.3: แผนผังแสดงโครงสร้างสินค้าและบริการ	88
ภาพที่ 5.4: แผนผังโครงสร้างองค์กร	89
ภาพที่ 5.5: ผลสรุปภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพขนาดเล็ก	97
ภาพที่ 5.6: ผลสรุปภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพขนาดกลาง	98
ภาพที่ 5.7: ผลสรุปภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพขนาดใหญ่	98
ภาพที่ 5.8: แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจสปา ปี 2556	99
ภาพที่ 5.9: แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจสปา ปี 2557	99
ภาพที่ 5.10: กำหนดตำแหน่งทางการตลาด	104

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โยคะเป็นวิถีแห่งการฝึกตนเองที่มีมาแต่โบราณในประเทศอินเดียและในยุคนั้นยังไม่มีใครรวบรวมให้เป็นระบบที่คนส่วนใหญ่ในยุคนั้นนำไปปฏิบัติได้เพียงแต่ปฏิบัติไปตามการสอนหรือการถ่ายทอดโดยผ่านปากต่อปากและส่วนใหญ่จะเป็นคำแนะนำการฝึกฝนจึงมีแนวโน้มที่จะคลาดเคลื่อนนอกเสียจากผู้ที่ยุติกาใกล้ชิดครู (Guru) เท่านั้นที่จะได้รับการสอน ได้รับความรู้ เป็นการส่วนตัวและไม่มี การเขียนตำราและบันทึกวิธีการปฏิบัติวิชาโยคะแต่ละสาขาให้ชัดเจนแต่ก็มีการสอนกันหลายสำนัก และครูสอนก็มีมากมายแต่มีท่านที่ประสบความสำเร็จในการรวบรวมให้เป็นระบบซึ่งเป็นผลงานอันยิ่งใหญ่ของท่านมหาฤษี ปตัญจลี (Rishi Patanyali) เรียกว่าโยคะสูตร (The Yogasutra) ซึ่งเป็นการรวบรวมวางรากฐานทุกความสำคัญของพระสูตร โยคะไว้เป็นระบบแบบแผนที่รัดกุมที่สุด จากนั้นก็มี ตำรายุคะมากมายผลิตตามมาส่วนใหญ่จะแปลมาจากต้นฉบับเดิมและได้นำประสบการณ์ที่ตัวเอง ปฏิบัติโยคะมาเขียน ทั้งหมดนี้เกิดก่อนคริสต์ศาสนา (Before The Birth of Christ)

สำหรับประเทศไทยตามตำราฤษีตัดตนวัดโพธิ์ เข้าใจว่าวิชาโยคะเป็นที่รู้จักตั้งแต่รัชกาลที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดให้สร้างฤษีตัดตนทำด้วยดิน จนกระทั่งต่อมาปี พ.ศ.2374 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ปั้น ฤษีตัดตนเนื้อชิน 80 ท่าน ตั้งไว้ที่เขาฤษีตัดตนด้านใต้ของวิหารทิศพระปัญจวัคคีย์ คนไทยเริ่มรู้จักฤษี ตัดตนมาบริหารร่างกายเพื่อการบำบัด อาการต่างๆเช่น แก้อาการปวดเมื่อย ส่วนโยคะเริ่มมีการ เผยแพร่ในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2468 – 2469 เป็นตำราชื่อวิทยาศาสตร์ การหายใจ ซึ่งแปล โดยพระยานรรัตนราชมานิต และใน พ.ศ. 2499 อาจารย์ชด หัสบำเรอ ได้เปิดสอนโยคะและเผยแพร่ ขึ้นในประเทศไทยซึ่งเรียนและฝึกปฏิบัติมาจากท่านมหาฤษี ติวะนนทะ เมืองฤษีเกษ ประเทศอินเดีย และในปัจจุบันโยคะได้เผยแพร่ไปทั่วโลก ในประเทศไทยมีการเปิดสอนโยคะกันหลายสาขาและในแต่ละ สำนักอาจารย์ ที่สอนก็คือมาจากอาจารย์จากสำนักต่างๆในประเทศไทย ประเทศอินเดียซึ่งเป็นต้น ตำรับของโยคะและจากต่างประเทศอื่นๆ การสอนโยคะมีทั้งโยคะเพื่อการบำบัดแต่ยังไม่เป็นที่นิยม แพร่หลาย และการสอนที่มีแพร่หลายอยู่นั้น มุ่งเน้นการสอนเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ (สิริพิมพ์ล อัญชลีสังกาศ, 2554)

โยคะ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มนุษย์นั้น สามารถพัฒนาชีวิตของตนเองให้ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน ไปให้ ถึงจุดสูงสุดตามแต่ศักยภาพของคนๆ นั้นจะสามารถไปได้ถึง เพราะว่ามันมนุษย์ทุกๆ คนนั้น อาจจะไม่ ทราบว่าตนเองนั้นแหละคือ เจ้าของและคือที่รวมของความสุขในชีวิตสูงสุด ที่แฝงเร้นอยู่ภายในตัวเรา เอง ซึ่งทุกๆคนจะมีได้จากตัวเองไม่ต้องไปขวนขวายไขว่คว้าจากที่ใดเลย ความสุขที่ว่านี้นั้นเพียงคุณได้

ฝึกโยคะอย่างสม่ำเสมอ โยคะจะอยู่กับเราเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ดีขึ้นของเราไปจนเราตาย (สถาบันนาตราโยคะ, 2558) การฝึกโยคะเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อรูปแบบการดำรงชีวิตที่ทำให้สุขภาพแข็งแรง ท่าฝึกต่างๆ ใช้ทั้งจิตแห่งกายและลมหายใจในการนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงอย่างลุ่มลึก ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและความมีชีวิตชีวาที่เพิ่มมากขึ้น รูปแบบการออกกำลังกายที่สูดยอดนี้ส่งเสริมสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลดความตึงเครียดที่เป็นผลมาจากรูปแบบการดำรงชีวิตที่สับสนวุ่นวาย (สถาบันแอปโซรุธโยคะ, 2558) โยคะจึงเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนาทางด้านจิตและด้านกายของมนุษย์และทางด้านการบำบัดรักษาไปพร้อมๆกัน (สิริพิมล อัญชลีสังกาศ, 2554)

อย่างไรก็ดีจากที่กล่าวมาการฝึกโยคะก็ยังพบข้อจำกัดของผู้ที่มีโรคประจำตัวและมีปัญหาเรื่องสรีระร่างกาย (สิริพิมล อัญชลีสังกาศ, 2554) เป็นที่ทราบกันดี การฝึกท่าอาสนะนั้นให้ผลดีต่อผู้ฝึก แต่เมื่อมีปัญหาสุขภาพยังอาจทำอาสนะบางท่าได้โดยไม่ต้องปรึกษาแพทย์ โดยหลีกเลี่ยงท่าที่จะกระทบต่ออาการที่เป็นอยู่

การฝึกโยคะเป็นการบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพแบบองค์รวมเป็นทางเลือกหนึ่งของการแพทย์ทางเลือกที่เป็นที่นิยมแพร่หลายอย่างมากในปัจจุบัน ในสังคมให้ความสนใจที่จะเข้าฝึกโยคะเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกายและเพื่อพัฒนาชีวิตให้ดีขึ้นในทุกๆด้าน ทั้งร่างกายและจิตใจ ดังนั้นสุขภาพร่างกายที่พร้อมจึงควรเป็นสิ่งสำคัญและเป็นเรื่องจำเป็นที่เราควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกก่อนการเริ่มฝึกโยคะเพื่อลดข้อจำกัดของการฝึกโยคะและทำให้ตัวผู้ฝึกมั่นใจที่จะฝึกโยคะมากขึ้น และสามารถช่วยป้องกันร่างกายซึ่งอาจเกิดอันตรายจากการบาดเจ็บในระหว่างที่ฝึกได้

ดังนั้นเราจะเห็นได้ว่า ทางแก้ไขหรือรักษาให้อวัยวะแข็งแรงขึ้นทางหนึ่งคือ เราต้องจัดโครงสร้างร่างกายให้อยู่ในแนวปกติ หรือป้องกันไม่ให้เกิดการเบี่ยงเบนไปมากขึ้น ซึ่งจะทำได้อย่างง่ายๆด้วยตัวผู้ป่วยเอง แต่ต้องใช้เวลาพอสมควรเช่นเดียวกับการเกิดโรคที่ใช้เวลาาคดไค้งมานานก่อนเกิดอาการ การปรับสมดุลโครงสร้างร่างกายจึงมีความจำเป็นที่ต้องปฏิบัติทันที (มานพ ประภาสานนท์, 2552)

การจัดกระดูกหรือไโครแพคติก (Chiropractic ชื่อเรียกในต่างประเทศ) ต่างกันที่ชื่อเรียกแต่วิธีการรักษาคล้ายและใกล้เคียงกัน เป็นการปรับความสมดุลของกระดูก มีหลักแนวคิดอยู่ว่าแนวกระดูกสันหลังเป็นแนวที่มีความสำคัญเพราะมีเส้นประสาทที่แยกไปเลี้ยงร่างกายถึง 31 คู่ มีไขสันหลังวิ่งไปเชื่อมต่อสมอง เส้นประสาท 31 เส้นคู่ไปเลี้ยงร่างกายและถ้ากระดูกสันหลังตัวนี้มันคด มันบิด มันเบี้ยวหรือมันเลื่อนก็จะทำให้เกิดโรคต่างๆเพราะฉะนั้นเขาจึงมีความคิดว่าจะต้องปรับกระดูกสันหลังนี้ให้กับมาเข้าสู่ปกติ จะเน้นการจัดกระดูกเรื่องของคุณ และแนวกระดูกสันหลัง (ประสิทธิ์ คงทรัพย์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กรกฎาคม 2558)

การจัดกระดูกสำหรับคนไทยยังมีความเข้าใจในศาสตร์นี้ไม่มากนักเพราะบางคนก็มองว่าการจัดกระดูกเหมือนการนวดทั่วไปตามสถานบริการการนวดแต่ที่จริงแล้วการจัดกระดูกมีกระบวนการ

และมีขั้นตอนของการรักษาที่มีมาตรฐานที่ชัดเจนในเรื่องของความปลอดภัยที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนให้การรักษามีการตรวจเอ็กซเรย์อย่างละเอียดรอบคอบรวมทั้งมีเครื่องมือที่ทันสมัยที่ช่วยในการจัดกระดูก (ประสิทธิ์ คงทรัพย์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กรกฎาคม 2558)

การนวดไทยเป็นอีกศาสตร์หนึ่งที่มีส่วนช่วยในการปรับสมดุลของร่างกายหมายถึงการตรวจประเมิน การวินิจฉัย การบำบัด การป้องกันโรค การส่งเสริมสุขภาพ และการฟื้นฟูสุขภาพ ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การตัด การประคบ การอบ หรือวิธีการอื่นตามศิลปะการนวดไทย หรือการใช้ตามกฎหมายว่ายา ทั้งนี้ด้วยกรรมวิธีการแพทย์แผนไทย (ความหมายตามพระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 แลประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2544 เรื่องการเพิ่มประเภทการนวดไทยในสาขาการแพทย์แผนไทย)

การนวดจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การนวดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบำบัดรักษาโรค ถือว่าเป็นการประกอบโรคศิลปะโดยผู้ประกอบวิชาชีพที่ต้องได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบโรคศิลปะ และอีกประเภทหนึ่งก็คือการนวดที่ไม่เข้าข่ายการประกอบโรคศิลปะ ถือว่าเป็นการนวดเพื่อสุขภาพ แต่ต้องเป็นไปตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขกำหนดและตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด ด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การจับ การตัด การประคบ การอบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ (กิตติชัย อนุวัชประยูร, 2558)

จากการศึกษาปัญหา รวมทั้งเอกสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะนำเอาศาสตร์ของการปรับสมดุลโครงสร้างร่างกายเพื่อมาช่วยลดข้อจำกัดและป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างที่ทำการฝึกโยคะโดยใช้หลักของการปรับเพื่อให้เข้าที่ผ่อนคลายเพื่อให้ยืดหยุ่นและเริ่มต้นฝึกด้วยความพร้อมด้วยศาสตร์ที่จะทำการศึกษาและนำมาใช้ก็คือศาสตร์การนวดจัดกระดูก และศาสตร์การนวดแผนไทยเพราะทั้งสองศาสตร์มีความสัมพันธ์ในเรื่องของการปรับสมดุลของสรีระร่างกายกล่าวคือการนวดจะช่วยให้เนื้อเยื่อบริเวณที่กระดูกคดงอคลายตัวออกเพื่อที่จะช่วยให้การจัดกระดูกง่ายขึ้นซึ่งการนำทั้งสองศาสตร์เข้ามาใช้ในการบำบัดจึงเป็นแนวทางของการรักษาแบบองค์รวม ดังนั้นการศึกษาต่อไปนี้จะเป็นการศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการศูนย์สุขภาพที่นำเอาการนวดแผนไทยการออกกำลังกายแบบโยคะและการนวดจัดกระดูกมาผสมผสานกันและจัดการให้ทั้งสามบริการอยู่ในศูนย์สุขภาพเดียวกันเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ธุรกิจศูนย์สุขภาพที่ไม่ใช่แค่บริการเพียงหนึ่งเดียวแต่มีการผสมผสานกันเพื่อให้เกิดผลอันเป็นประโยชน์สูงสุดต่อสุขภาพ

ซึ่งการศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาคาดหวังว่าจะสามารถนำผลการศึกษามาดำเนินการจัดตั้งโครงการให้เป็นผลสำเร็จในด้านของการจัดการบริหารงานและในด้านการบริการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ทางการตลาดของการจัดตั้งโครงการ “ศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมในรูปแบบที่มีการนวดแผนไทย การออกกำลังกายแบบโยคะและการนวดจัดกระดูก” อยู่ในศูนย์เดียวกัน

1.2.2 เพื่อจัดตั้งให้เป็นศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมที่มีบริการได้มาตรฐานรองรับ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การดำเนินการศึกษาเพื่อวางแผนงานในการดำเนินการจัดตั้งโครงการ “ศูนย์ฝึกศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมในรูปแบบที่มีการนวดแผนไทย การออกกำลังกายแบบโยคะและการนวดจัดกระดูก” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตของการดำเนินการศึกษาไว้ โดยมีรายละเอียดต่างๆดังนี้

1.3.1 ขอบเขตทางด้านประชากร จะศึกษาความต้องการของประชากรที่มีต่อการใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ การนวดแผนไทยและการนวดจัดกระดูกในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 25 – 59 เป็นช่วงวัยทำงาน ที่มีพฤติกรรมชอบการฝึกโยคะ

1.3.2 ขอบเขตทางด้านข้อมูลศึกษา จะศึกษาข้อมูลที่เป็นปัจจัยทางด้านการตลาดรวมได้แก่ ข้อมูลทางด้านสินค้าบริการ ข้อมูลทางด้านราคา ข้อมูลทางด้านสถานที่จัดตั้งโครงการและข้อมูลทางด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาด

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

โยคะ หมายถึง วินัยต่อร่างกายและจิตใจมุ่งไปที่การประสานกลมกลืนกับของระบบต่างๆ ของชีวิตโดยอาศัยเทคนิคหลายๆอย่างประกอบกัน ทั้งอาสนะ (การฝึกท่ากาย) การหายใจและสมาธิ โดยสิ่งสำคัญก็คือ การรวมกายกับใจของผู้ฝึกเข้าไว้ด้วยกัน

การนวดจัดกระดูก หมายถึง วิธีการจัดกระดูกและกล้ามเนื้อส่วนที่เคลื่อนที่ให้เข้าสู่แนวปกติ

การนวดบำบัด หมายถึง วิธีการที่จะทำให้ลดการตึงของเนื้อเยื่อที่ยึดกระดูกได้ผ่อนคลาย ออก

องค์รวม หมายถึง องค์ประกอบของส่วนย่อยต่างๆที่นำมาบูรณาการเข้าด้วยกันแล้วเกิดเป็นภาพรวมที่มีความสมบูรณ์มากกว่าส่วนย่อยที่นำมาพิจารณาแยกออกจากกัน

สุขภาพองค์รวม หมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์และเชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมทั้งร่างกาย จิตใจ สังคมและจิตวิญญาณ ซึ่งไม่ได้หมายถึงความไม่พิการและการไม่มีโรคเท่านั้น

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดตั้งโครงการให้เป็นผลสำเร็จลุล่วงต่อไป

1.5.2 สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์และดำเนินการจัดตั้งศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมในรูปแบบที่มีการนวดแผนไทย การออกกำลังกายแบบโยคะและการนวดจัดกระดูก” ให้ได้มาตรฐานของการบริการที่มีคุณภาพ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการจัดตั้ง “ศูนย์ฝึกโยคะในรูปแบบที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึก” ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะครอบคลุมในส่วนที่เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางการศึกษาเพื่อจัดตั้งโครงการและแนวทางการวางแผนงานการดำเนินการบริหารงานภายในองค์กร รวมถึงการวางแผนทางด้านกลยุทธ์การบริหารและการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งโครงการ ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้เป็นแนวทางดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับองค์รวม

2.1.1 จุดเริ่มต้นทศนะแบบองค์รวม

ทศนะแบบองค์รวมมีจุดกำเนิดเริ่มต้นมาจากทฤษฎีเกี่ยวกับกำเนิดจักรวาลที่เรียกว่าทฤษฎีการระเบิดครั้งใหญ่ (The Big Bang Theory) ในปี พ.ศ. 2470 อับเบ จอร์จ ลิเมตเทรต (Abbe George Lemaitre 1894-1966) นักฟิสิกส์และนักดาราศาสตร์ชาวเบลเยียม ได้เสนอทฤษฎีกำเนิดของจักรวาลขึ้นมาใหม่ และเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก คือทฤษฎีการระเบิดครั้งใหม่ โดยกล่าวว่าในเบื้องต้น สรรพสิ่งในจักรวาลได้รวมตัวกันเป็นมวลสารที่มีความหนาแน่นมาก เรียกว่าฟองไข่คอสมิก (Cosmic Egg) ซึ่งได้ระเบิดครั้งใหญ่ยิ่งเมื่อประมาณ 15,000 ล้านปีมาแล้ว แรงระเบิดมีความรุนแรงมหาศาลของมวลสารที่อัดตัวกันแน่น ทำให้ชิ้นส่วนแตกละเอียดเปลี่ยนสภาพเป็นก๊าซร้อน กระจาย กระจาย จากจุดระเบิดซึ่งเป็นศูนย์กลางออกไปทุกทิศทุกทาง การเสนอทฤษฎีกำเนิดจักรวาลของอับเบ จอร์จลิเมตเทรต ที่ให้ความคิดว่า แม้จักรวาลทั้งหลายมีอยู่มากมายมหาศาล แต่ทั้งหมดถือกำเนิดมาจากฟองไข่คอสมิกก้อนเดียวกัน ดังนั้นสภาพที่ปรากฏว่ามีความหลากหลายนั้นที่แท้จริงถือกำเนิดมาจากความเป็นหนึ่ง หรือความเป็นองค์รวมนั่นเอง ทศนะใหม่เกี่ยวกับกำเนิดของจักรวาลจึงเป็นจุดเริ่มต้นให้นักคิดจากตะวันตกได้มองสรรพสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะเชื่อมโยงสัมพันธ์กันซึ่งทศนะที่แตกต่างไปจากที่เคยคิดกันมาก่อนสิ่งที่มีคุณค่ายิ่งไปกว่านั้นคือ การเกิดความคิดใหม่เรื่องกำเนิดของจักรวาล ทำให้นักคิด นักปรัชญา และนักวิทยาศาสตร์ของโลกตะวันตก ได้หันมาสนใจแนวความคิดและหลักปรัชญาทางตะวันออกอย่างละเอียด มีการนำหลักธรรมคำสอนในศาสนาฮินดู ศาสนาพุทธ ศาสนาเต๋า และพุทธศาสนานิกายเซนมาเฟื่องพินิจพิจารณา ทำให้เกิดการค้นพบว่า หลักคำสอนในศาสนาเหล่านี้ มีความสอดคล้องกับหลักความจริงทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ทั้งสิ้น นับตั้งแต่เรื่องเล็กที่สุด คือเรื่องโครงสร้างของอะตอม และสภาวะของอนุภาคต่าง ๆ จนถึงเรื่องใหญ่ที่สุดใหญ่ คือการกำเนิดของจักรวาลและสภาวะของจักรวาล

องค์รวม (Holistic) รากเดิมมาจาก Holos (Whole) ในภาษากรีก หมายถึงทัศนคติที่ถือว่าความเป็นจริงทั้งหมดของสิ่งใด ย่อมมีคุณสมบัติเฉพาะตนซึ่งไม่สามารถเข้าใจได้โดยการแยกสิ่งนั้นออกเป็นส่วนย่อยๆ แล้วศึกษาจากคุณสมบัติของส่วนย่อยๆ นั้น แม้จะเอาคุณสมบัติของส่วนย่อยๆ นั้นมารวมกันก็ไม่สามารถเทียบความหมายหรือความสำคัญกับคุณสมบัติขององค์รวมเดิมไว้ (Capra, 1982)

Capra (1982) ได้นำเสนอแนวคิดแบบองค์รวมไว้ในหนังสือ “จุดเปลี่ยนแห่งศตวรรษ” ที่เค้าได้เขียนขึ้นโดยการนำแนวคิดแบบองค์รวมมาใช้กับงานเขียนหนังสือเล่มนี้ด้วย “ข้าพเจ้าเกิดความเชื่อมั่นมากกว่าการมองแบบกระบวนระบบที่นำเสนอในหนังสือเล่มนี้ ข้าพเจ้าได้นำมาประยุกต์ใช้กับการเขียนหนังสือเล่มนี้ด้วย ไม่มีส่วนประกอบพื้นฐานใดๆ ในหนังสือเล่มนี้ที่ถือได้ว่าเป็นความคิดริเริ่มแปลกใหม่ของข้าพเจ้าเองและหลายเรื่องข้าพเจ้านำเสนอแบบย่อยให้ง่ายแต่ทว่ามรรควิธี จัดส่วนประกอบต่างๆ ประสานเข้าเป็นหนึ่งเดียวกันทั้งหมดนั้นสำคัญยิ่งกว่าส่วนย่อยแต่ละส่วนในตัวเอง บทบาทของข้าพเจ้าคือ การเชื่อมโยงและถักทอความคิดหลากหลายเข้ามาประสานสัมพันธ์กัน โดยข้าพเจ้ามีความหวังอยู่ว่าผลได้โดยรวมของความเป็นทั้งหมดจะมีมากกว่าเพียงการเอาส่วนประกอบต่างๆ ทั้งหมดมารวมกัน”

ดังนั้นเมื่อพิจารณาอย่างละเอียดแล้วจะเห็นได้ว่า ความเป็นองค์รวมของสิ่งทั้งหลายนั้นเกิดขึ้นด้วยลักษณะสำคัญคือ สรรพสิ่งทั้งหลายมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันทั้งในระบบย่อยและระบบใหญ่ โดยที่ความสัมพันธ์นั้นเกิดขึ้นในลักษณะของความเคลื่อนไหว และผลจากการเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ทำให้สิ่งที่เป็ระบบหรือองค์รวมนั้นมีคุณสมบัติแตกต่างไปจากคุณสมบัติย่อยของแต่ละองค์ประกอบมารวมกัน

ความเชื่อพื้นฐานของทฤษฎีองค์รวม ที่ว่าการศึกษาคูณสมบัติส่วนย่อยทุกๆ ส่วนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะไม่สามารถทำให้เราเข้าใจคุณสมบัติโดยรวมของสิ่งนั้นได้เป็นความเชื่อที่ผิดส่วนความเชื่อที่ถูกคือทัศนคติแยกส่วนที่ว่าการศึกษาคุณสมบัติของส่วนย่อยทุกๆ ส่วนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะทำให้เราเข้าใจถึงคุณสมบัติโดยรวมของสิ่งนั้นๆ ได้ (พิพัฒน์ พสุธารชาติ, 2547)

ทัศนคติแบบองค์รวมชี้ให้เราเห็นว่าการเกิดของสรรพสิ่งใดๆ ในโลกล้วนมีองค์ประกอบหลายๆ อย่างที่ทำให้เกิดขึ้นเป็นเหตุและผลสัมพันธ์กันจนทำให้เกิดความเป็นเอกภาพเกิดความสมดุลของสรรพสิ่งนั้นๆ และเมื่อมีเหตุให้สิ่งหนึ่งดับไปก็จะมีอีกสิ่งหนึ่งเข้ามาแทนที่หมุนเวียนกันไปเพื่อรักษาความเป็นเอกภาพนั้นไว้

ความสัมพันธ์แบบองค์รวมในความเห็นของผู้ศึกษามองเห็นว่าเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบูรณาการกล่าวคือความหลากหลายขององค์ประกอบต่างๆ ล้วนมีความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบเท่าๆ กันมีหน้าที่แตกต่างกันไปแต่เมื่อนำองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้มาบูรณาการเข้าด้วยกันก็จะเกิดเป็นสิ่งใหม่ซึ่งต้องอาศัยความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบเหล่านี้ในการดำรงอยู่ถ้าขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใด

ไปความสมบูรณ์พร้อมของสิ่งๆนั้นก็ขาดหายไปเพราะความสัมพันธ์แบบองค์รวมเป็นผลจากการที่ทุกองค์ประกอบทำงานร่วมกันและเป็นสิ่งจำเป็นขององค์รวมจะขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปไม่ได้ ฉะนั้นการมองสิ่งต่างๆแบบองค์รวมจะทำให้เราเห็นถึงการเชื่อมโยงกันเป็นเอกภาพและเห็นผลของสิ่งๆนั้นได้อย่างเข้าใจ อย่างเช่น องค์รวมของชีวิตมนุษย์ประกอบไปด้วย ร่างกาย จิต จิตวิญญาณ และสังคม เป็นต้น

ดังนั้นการที่ผู้ศึกษานำแนวคิดเกี่ยวกับองค์รวมเข้ามาเป็นแนวทางในการศึกษารั้งนี้ก็เพื่อจะใช้เป็นกรอบในการทำการศึกษาดังองค์ประกอบต่างๆของแต่ละองค์รวมในด้านต่างๆว่าความเป็นจริงแล้วความสมบูรณ์พร้อมขององค์รวมที่เราเข้าใจต้องมียุคประกอบอะไรบ้างที่เราต้องทำการศึกษาเพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้กับโครงการศูนย์ฝึกโยคะแบบองค์รวมต่อไป

2.2 ความรู้และประวัติโยคะ

โยคะ เป็นศาสตร์ที่มีมานานแล้ว ปตัญชลี เป็นผู้รวบรวมเรียบเรียงขึ้น ท่านจึงได้รับเกียรติว่าเป็นผู้ตั้งลัทธิราชาโยคะ ประมาณ 3 หรือ 4 ศตวรรษก่อนคริสตกาล โยคะ แปลว่า วิธีการ การประกอบหรือการลงมือทำให้เกิดผล ลัทธินี้อาศัยปรัชญาของสางขยะเป็นฐาน จุดหมายเพื่อจะให้มนุษย์หลุดพ้นออกจากความทุกข์ 3 ประการ ดังกล่าวได้คือ (บุษกร บินทสันต์, 2553)

- ในการทำให้หลุดพ้นจากความทุกข์ ซึ่งเกิดจากเหตุภายใน เช่น โรควัยไข้เจ็บหรือความประพฤติดิฉิต ต้องพยายามให้บรรลุความไม่ยึดถือโลกโดยไม่จำเป็นต้องแยกตัวออกจากโลก

- ในการทำให้หลุดพ้นจากความทุกข์ ซึ่งเกิดจากเหตุภายนอก เช่น สัตว์ร้ายหรือโจรผู้ร้าย เป็นต้น พึงสำรวมจิตใจให้บริสุทธิ์สะอาด

- ในการทำให้หลุดพ้นจากเหตุอนอกอำนาจหรือเหนือธรรมชาติ เช่น ธาตุ หรืออำนาจอันเร้นลับละเอียดอ่อน พึงบำเพ็ญสมาธิ ซึ่งเป็นจุดประสงค์อันแท้จริงของลัทธินี้

2.2.1 ประวัติของโยคะ

โยคะ คือ ภูมิปัญญาอันนิรันดรของอินเดีย มีหลักฐานเกี่ยวกับโยคะตั้งแต่สมัยอารยธรรมลุ่มน้ำสินธุ เมื่อราว 3,000 ปกอนคริสตกาล นักประวัติศาสตร์บางคนเชื่อว่าโยคะมีมากกว่า 5,000 ปีแล้ว โยคะเป็นศาสตร์ที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรมอินเดีย คือ กำเนิดจากประเทศ อินเดีย โดยมีความผูกพันอยู่กับปรัชญาและศาสนาฮินดู

ความหมายของโยคะ โยคะมาจากรากศัพท์มาจากคำสันสกฤตว่า ยูช แปลว่า เข็มแฉก ผูกมัด ประกอบหรือรวมกัน องค์รวม หรือ Integration สิ่งสำคัญ โยคะคือการรวมกายกับใจของผู้ฝึกเข้าไว้ด้วยกัน การฝึกโยคะเป็นการสอนให้ร่างกายและจิตใจทำงานอย่างเป็นระเบียบเป็นกระบวนการที่มนุษย์เรียนรู้ที่จะดำรงชีวิตอย่างเป็นองค์รวมให้มากที่สุด รวมไปถึงการทำความรู้จักตัวตนของตนเองและการลดทอนหรือขจัดสภาวะต่างๆ ที่บั่นทอนความเป็นองค์รวม การอยู่อย่างองค์รวมนั้น

โยคะให้ความสำคัญกับเทคนิคต่างๆที่ช่วยให้มนุษย์รู้จักมูลเหตุทุกชนิดที่ขาดสมดุล อันก่อให้เกิดความเจ็บป่วยและจัดปรับให้คืนสู่ความเป็นปกติ โยคะจึงเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการพัฒนาทางด้านจิตและกายมนุษย์ และทางด้านการบำบัดไปพร้อมๆกันการฝึกโยคะจึงเป็นการเหยียดแล้วคลาย สลับกันไปจนจบ โยคะ คือการฝึกวินัยต่อร่างกายและจิตใจมุ่งไปที่การประสานกลมกลืนกับของระบบต่างๆของชีวิตโดยอาศัยเทคนิคหลายๆอย่างประกอบกันทั้งอาสนะ(การฝึกท่าทางกาย) การหายใจและสมาธิ (สิริพิมล อัญชลีสังกาศ, 2554)

2.2.2 โยคะกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

โยคะ เป็นปรัชญาแขนงหนึ่งของ ศาสนาในอินเดียที่กำลังได้รับความสนใจ เพราะวิทยาศาสตร์แบบดั้งเดิมมีแนวคิดในการแยกจิตใจออกจากกาย คือสิ่งที่ถูกสังเกตและผู้สังเกตจะแยกจากกัน ซึ่งไม่สามารถใช้อธิบายสิ่งต่างๆ ทั้งหมด แต่คัมภีร์ปรัชญาศาสนาของทางตะวันออกสามารถอธิบายสิ่งต่างๆ ได้ วิทยาศาสตร์สมัยใหม่เริ่มมีแนวคิดที่ว่า จิตใจกับกายจะไม่แยกออกจากกัน การได้คำตอบของสิ่งต่างๆ จะมาจากการตั้งคำถามและวิธีการทดลองที่แตกต่างกัน และยังขึ้นกับจิตของมนุษย์ที่ไปกำหนด คำตอบต่างๆ มีกฎตายตัวที่คอยกำหนด ไม่ใช่พระเจ้าเป็นผู้กำหนดเหมือนความเชื่อในสมัยก่อน การเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติเกิดขึ้นจากภายในของตัวมันเองและมีแบบแผนที่สัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องเหตุปัจจัยในพุทธศาสนา ทำให้ในปัจจุบันนี้มีการหันมาสนใจการดูแลสุขภาพแบบตะวันออกมากยิ่งขึ้น เช่น การแพทย์ของจีนมีการฝังเข็ม ของอินเดียก็คือ อายุรเวท และโยคะ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาลักษณะการฝึกโยคะที่มีอยู่ในสังคมไทยปัจจุบัน อาจจัดเป็นกลุ่ม ดังนี้

2.2.2.1 กลุ่มที่มุ่งเน้นการฝึกที่ครอบคลุมวิถีชีวิตโดยรวม ผู้ฝึกโยคะกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการถือศีล (ซึ่งระบอบอยู่ในโยคะสูตร) ให้ความสำคัญกับการฝึกท่าโยคะอาสนะและให้ความสำคัญกับการฝึกสมาธิด้วย

2.2.2.2 กลุ่มที่มุ่งเน้นการฝึกกายภาพเป็นหลัก ผู้ฝึกโยคะกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นการฝึกท่าโยคะอาสนะ เป็นการเน้นลงไปกับการดูแลสุขภาพกาย การนำโยคะไปประยุกต์ใช้ในเชิงบำบัดรักษาโรค

2.2.2.3 กลุ่มที่มุ่งเน้นการฝึกพลังชีวิต (พลังปราณ) ผู้ฝึกโยคะกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นการฝึกลมหายใจ (ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของพลังปราณ) ฝึกควบคุมจิต

ปรัชญาโยคะ ท่านศิวานันทะ ได้สรุปไว้ว่าทุกสิ่งจะมีคุณลักษณะ (Guna) 3 ประการ ได้แก่

- สัตวะ (Sattva) คือ คุณลักษณะที่บริสุทธิ์ของสิ่งต่างๆ ได้แก่ อาหารพวกธัญพืช ผลไม้สด ผักสด น้ำผลไม้สด นม เนย เมล็ดพืช น้ำผึ้ง และการเคี้ยวอาหารให้ละเอียด สุขุม ก็ถือเป็น สัตวะด้วย

- รัชส์ (Rajas) คือ คุณลักษณะอาหารที่มีฤทธิ์กระตุ้น ได้แก่ อาหารพวกเครื่องเทศ ชา กาแฟ ปลา ไข่ เกลือ ซ็อกโกแลต ผลไม้ที่เกือบสุก และ การกินอาหารเร็วก็ถือเป็นรัชส์ด้วย

- ทมัส (Tamas) คือ คุณลักษณะความเฉื่อยเนื่อย ได้แก่ อาหารพวกเนื้อสัตว์ แอลกอฮอล์ ยาสูบ หอม กระเทียม อาหารหมักดอง ผลไม้ที่สุกจัดกำลังจะเน่า น้ำส้มสายชู และ การกินอาหารมากเกินไป (Over Eating) จะทำให้มันซึม เฉื่อยเนื่อยได้ จึงถือว่าเป็นทมัสด้วย จะเห็นได้ว่าโยคะจะดูแลตั้งแต่เรื่องอาหาร คือต้องรับประทานอาหารที่บริสุทธิ์ ซึ่งสอดคล้องกับการแพทย์แผนปัจจุบันที่ว่า อาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพ คือ อาหารที่มีกากใยสูงๆ ไม่มีเนื้อสัตว์ใหญ่ เน้นที่ความสดและไม่เนิ่นของหมักดอง

หลักการของโยคะ มี 5 ประการ คือ

1. อาหารดี (Proper Diet)
2. ออกกำลังกายดี (Proper Exercise) คือ อาสนะนั่นเอง ซึ่งอาสนะ หมายถึง ทำบริหารอย่างโยคะ ต้องทำให้เหมาะสมกับวัยและตามจริตวิสัย
3. อากาศดี (Proper Breathing) คือ ปราณายาม หมายถึง การพัฒนาร่างกายเพื่อเอาประโยชน์จากอากาศให้ดีที่สุด คือการฝึกกระบวนการหายใจนั่นเอง
4. อารมณ์ดี (Positive Thinking and Meditation) ซึ่งเป็นเรื่องทางจิตใจ เพราะโยคะเป็นปรัชญาทางศาสนาอย่างหนึ่ง
5. รู้วิธีผ่อนคลาย (Proper Relaxation) เป็นส่วนหนึ่งของอาสนะ แต่เป็นการเน้นทำที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษ เช่น ท่าศพ เป็นท่าที่สำคัญเพราะปัจจุบันผู้คนมีความเครียดกันมาก ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการสร้างภูมิต้านทานในร่างกายด้วย แต่ถ้ารู้วิธีผ่อนคลายก็จะช่วยฟื้นฟูระบบเหล่านี้ขึ้นมาได้

โยคะเป็นการบริหารที่นอกจากจะบริหารร่างกายแล้วยังมีการบริหารลม หายใจอีกด้วย ผู้ที่ฝึกปฏิบัติโยคะจะมีความแข็งแรงแต่ไม่ใช่แข็งแรง กล่าวคือ แข็งแรงไม่เจ็บไข้ได้ป่วยแต่ไม่ได้มีกล้ามเนื้อเพิ่มขึ้นจนบึกบึน นอกจากนี้โยคะยังสามารถใช้บำบัดโรคที่เกี่ยวกับโครงสร้างต่างๆไปได้ เช่น ปวดหลัง ปวดเอว และ ยังช่วยดูแลเรื่องโครงสร้างที่ผิดปกติได้ แต่ต้องไม่ใช่โรคที่เป็นมาตั้งแต่กำเนิด โดยต้องเน้นที่การปฏิบัติเอง ไม่ได้มีผู้อื่นช่วยทำให้เหมือนกับการกายภาพบำบัด ตามแนวคิดของอาจารย์โยคะนั้น โรคต่างๆเกิดขึ้นจากพลังงานที่มีอยู่ในธรรมชาติในจักรวาลเข้ามาสู่ตัวเราไหลเวียนได้ไม่ดี เมื่อโรคเกิดจากการที่เลือดไปเลี้ยงอวัยวะนั้นไม่ดี ถ้าเราใช้ทำบริหารให้เลือดไหลไปสู่บริเวณนั้นได้ดีก็จะสามารถรักษาโรคได้

มีการกล่าวว่าโยคะ คือ การเชื่อมโยงผูกพันในแง่ของการเชื่อมโยงชีวิตเล็กๆของเราเข้ากับชีวิตใหญ่ใน ธรรมชาติ คือ เชื่อมชีวิตมัน (อิตตาเล็กๆของเรา) เข้ากับอิตตาใหญ่ คือปรมาตมัน (พระเจ้า) จึงเกิดแนวทางการดำเนินชีวิตที่มุ่งพัฒนาตัวของตนเข้าสู่ชีวิตที่ประเสริฐ

การฝึกโยคะประกอบด้วยเทคนิค 8 ประการ ซึ่งล้วนมีความสำคัญและมีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้นการฝึกโยคะที่ครบสมบูรณ์ควรควบคุมการฝึกมรรคทั้ง 8 ดังนี้

1. ยม (Yama) เป็นวิธีจัดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพ ที่เกื้อกูลกับชีวิต ประกอบด้วย อหิงสา คือ ความไม่เบียดเบียน, สัตยา คือ ความสัตย์, อัสเตยา คือ การไม่ลักขโมย, พรหมจรียา คือ การไม่มกมากในทางกามหรือการไม่มีครอบครัว, อปริครหะ คือ การไม่สะสมส่วนเกิน

2. นิยม (Niyama) เน้นที่ตัวบุคคล คือ หลักปฏิบัติเพื่อความบริสุทธิ์แห่งตน การจัดตัวเอง ประกอบด้วย เสาชะ คือ การปฏิบัติเพื่อความบริสุทธิ์แห่ง กาย วาจา ใจ มีวิธีการชำระล้าง เรียกว่า กรียา, สันโดษะ คือ สันโดษ ความพอใจในสิ่งที่มี, ตปะ คือ มีความเพียรอันแรงกล้า, สวาธยาเย คือ การศึกษาในเรื่องของตัวตน และ อิศวรปณิธาน คือ การตั้งปณิธานของชีวิตว่าทำเพื่อพระเจ้า เป็นเจ้า ไม่ได้ทำเพื่อเอาเข้าตัวเอง

3. อาสนะ (Asna) คือ การบริหารร่างกายเพื่อให้เป็นวิหารที่เหมาะสมของวิญญาณ ศักดิ์สิทธิ์จากพระเจ้าเป็นผู้เป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นการเลียนแบบรูปร่างของสิ่งต่างๆ

4. ปราณายาม (Pranayama) คือ พลังแห่งจักรวาล เป็นการควบคุมกระบวนการหายใจให้ยาวขึ้นละเอียดละไมขึ้น เพื่อความสงบเย็นของระบบประสาท ความรู้สึกและอารมณ์ ประกอบด้วย ปูรกะ คือ การหายใจเข้า, เรชกะ คือ การหายใจออก, กุมภกะ คือ การกลั้นหายใจ ซึ่งต้องทำในสัดส่วนต่างๆ กัน

5. ปรัตยาหาร (Pratyahara) คือ การควบคุมความรู้สึกนึกคิดให้สงบไม่แล่นสายไปกับอารมณ์ภายนอก

6. ธารณา (Dharana) คือ สมาธิ ได้แก่ การกำหนดจิตให้ตั้งมั่นในสิ่งใดๆ อย่างเดียว โดยสิ้นเชิง

7. ธยาน (Dhyana) คือ การเพ่งที่คุณลักษณะไม่ใช่ที่วัตถุ เพ่งจิตต่อพระเจ้าเป็นผู้เป็นเจ้าของ

8. สมาธิ (Samadhi) คือ สภาวะที่สู่จุดหมายสูงสุดที่บรรลุ ไม่มีการแบ่งแยกแตกต่าง เป็นหนึ่งเดียวกัน

โดยสรุปแล้วเทคนิคการฝึกโยคะแบ่งได้เป็นเทคนิคอย่างง่าย ๆ 4 ประการ คือ

1. ทำฝึกในทางกาย (ท่าอาสนะ) ซึ่งเป็นท่าฝึกพื้นฐานทางกายบริหารของโยคะ หรือท่าอาสนะ ท่ากายบริหารนี้ดำเนินอย่างนุ่มนวลและละเอียดอ่อน เพื่อเป็นการเพิ่มความยืดหยุ่นทำให้กล้ามเนื้ออ่อนคลาย และทำให้กระดูกสันหลังแข็งแรง ประสิทธิภาพในทางเสรีศาสตร์จะถูกทำให้มีความสมดุล มีความกลมกลืนซึ่งกันและกันและพิษในร่างกายจะถูกขับออกไป ในขณะที่คุณฝึกท่าอาสนะไปจนตลอดแล้ว ก็ขอให้ชื่นชมกับความกลมกลืน มิใช่แต่เฉพาะในแต่ละท่าของการฝึกเท่านั้น แต่ชื่นชมในท่าฝึกเหล่านั้นทั้งหมด และนี่คือศิลปะแห่งการฝึกโยคะ

2. การฝึกหายใจ (ฝึกลมปราณ) การฝึกหายใจเป็นสิ่งที่สำคัญมากการหายใจให้ถูกวิธีเป็นการยกระดับแห่งคุณค่าของการฝึกในท่าอาสนะให้สูงขึ้นเป็นอย่างยิ่งทีเดียว กฎเกณฑ์แห่งการหายใจโดยทั่วๆ ไปก็คือ การหายใจเข้าในขณะที่ร่างกายถูกทำให้ยืดออกและหายใจออกในขณะที่ร่างกายถูกทำให้หดเข้ามา คุณอย่ากลั่นการหายใจ เว้นแต่จะได้รับคำแนะนำ ขอให้คุณหายใจผ่านจมูกและรู้สึกตัวถึงการหายใจอยู่เสมอ ขอให้พักในระหว่างการฝึกท่าต่างๆ จนแน่ใจว่าการหายใจได้กลับคืนสู่สภาวะเดิมที่เป็นปกติ ก่อนเริ่มฝึกในท่าใหม่ๆ

3. การฝึกทำสมาธิ คุณเรียนรู้ที่จะอยู่กับปัจจุบัน ลืมกิจกรรมประจำวัน ลืมอดีต ลืมแผนการของคุณในอนาคต ขอให้คุณชื่นชมอยู่กับ ณ ที่นี้ และ ณ บัดนี้เท่านั้น ในการฝึกทำสมาธิเช่นนี้มีใช้เป็นเรื่องง่ายๆ แต่เมื่อทำได้สักครั้งหนึ่ง คุณจะรู้สึกจิตใจสงบและอารมณ์มั่นคงมีความผ่อนคลายปลอดภัยจากความเครียดที่เกิดจากภายในและภายนอก คุณจะรู้สึกถึงความสัมพันธ์แห่งกาลเวลาและเป็นหนึ่งเดียวในสรรพสิ่งในสากลจักรวาล สมาธิ เป็นผลสูงสุดที่ได้จากการฝึกโยคะ "จิตสมาธิในแง่โยคะ" ก็คือ จิตที่มีความเป็นหนึ่งเดียว

4. การผ่อนคลายโดยสิ้นเชิง การฝึกโยคะ ร่างกายและจิตใจจะผ่อนคลายอย่างลึกซึ้ง ทำให้จิตใจสงบและมีชีวิตชีวา คุณควรจะต้องติดต่อกับช่วงเวลาแห่งการผ่อนคลาย สัมผัสพลังแห่งชีวิต การฝึกโยคะมิใช่กิจกรรมแห่งการแข่งขัน แต่เป็นศิลปะแห่งความนุ่มนวล ไม่มีอาการหึงผยอง ไม่มีอาการหอบ ไม่ก่อให้เกิดอาการเคล็ดขัดยอกและไม่เจ็บปวดจากการฝึกโยคะ

เมื่อพิจารณาทั้ง 8 ขั้นตอนแล้ว จึงถือได้ว่าโยคะเป็นองค์รวม กล่าวคือ เป็นหลักการในการดำเนินชีวิตทำให้ชีวิตเข้าสู่ความสมบูรณ์ แต่ในแง่การบริหารทั่วๆ ไปของโยคะเหมาะกับทุกวัยไม่ว่าเด็กหรือคนชรา ซึ่งการฝึกโยคะจะต้องเริ่มจากท่าพื้นฐานก่อนโดยมีภาพประกอบ แนวคิดโยคะให้ผลดีกับร่างกาย คือ พลังงานในจักรวาลเป็นปราณใหญ่ เข้ามาสู่อวัยวะเป็นลมปราณ ผ่านทางท่อที่มีอยู่ที่ไม่ใช่กายเนื้อ กล่าวคือ พลังงานไหลเวียนผ่านท่อได้สะดวก ซึ่งสิ่งที่จะต้องฝึก คือ อาสนะ จะทำให้ท่อต่างๆ อยู่ในสภาพดี และ ปราณายาม คือ การขับพลังเหล่านี้ให้มันเคลื่อนที่ได้

ในการขับพลังเข้ามาผ่านทางท่อนาที่มีทั้งพลังร้อน (ปิงคลา คือ ทางรูกุมกขวา) กับ พลังเย็น (อิทา คือ ทางรูกุมซ้าย) แล้วโคจรเข้าไปในร่างกายโดยมี สุศุมนาเป็นท่อหลัก ตรงจุดที่ อิทา ปิงคลา และ สุศุมนา ไขว้กันคือจักระ ซึ่งก็คือแหล่งพลังงาน โยคีปฏิบัติอาสนะเพื่อให้ท่อหรือนาที่แข็งแรงอยู่ในสภาพที่ดีและฝึกปราณายามเพื่อขับเคลื่อนพลังงานจักรวาลให้มาฝังตัวในร่างกาย

ท่าบริหารร่างกายแบบโยคะ แบ่งเป็น 7 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มท่ายืน เป็นการบริหารส่วนล่างของร่างกาย เช่น ต้นขา น่อง เข่า ข้อเท้า ได้แก่ ท่าสามเหลี่ยม ท่าหน้าจั่ว
2. กลุ่มท่านั่ง เป็นการบริหารอวัยวะในอุ้งเชิงกราน ซึ่งเป็นพื้นฐานในการฝึกปราณายาม เช่น ท่าฤๅษี, ท่านักรบ, ท่าผีเสื้อ ทำให้เลือดไหลเวียนดีในอุ้งเชิงกราน ซึ่งช่วยสุขภาพของสตรีไม่ให้ปวด

ห้องตอนมีประจำเดือน

3. กลุ่มท่าโค้งตัวไปด้านหน้า ลำตัวเป็นทิวอยู่ของช่องทางเดินพลังหลัก ทำนี้เป็นการทำให้กระดูกสันหลังโค้งตัวไปด้านหน้าและด้านหลัง เช่น ท่างู เป็นการยกกระดูกสันหลังส่วนบนขึ้น ท่าตึกเตนเป็นการยกกระดูกสันหลังส่วนล่าง ท่าธนูเป็นการยกทั้ง 2 ส่วน

4. กลุ่มท่าโค้งตัวไปด้านหลัง เช่น ท่าสุนัขหอน ท่าอูฐ

5. กลุ่มท่าบิดลำตัว ทำให้กระดูกสันหลังเคลื่อนไหวทุกทิศทาง ช่วยไม่ให้ปวดหลังหรือกระดูกทับเส้น

6. กลุ่มท่ากลับศีรษะลง จะช่วยกระตุ้นการทำงานของต่อมไร้ท่อ เช่น ท่าศีรษะอาสนะ ท่ายืนด้วยไหล่ จะกระตุ้นต่อมไทรอยด์และพาราไทรอยด์ นอกจากนี้ยังมีท่าคันทันและท่าสุนัขบิด-ชี้ก็เกี่ยวข้อง

7. ท่าพัก เช่น ท่าศพ ตัวท่าไม่สำคัญแต่การปฏิบัติให้ผ่อนคลายจะยาก ซึ่งเป็นท่าที่ต้องฝึกเป็นหลัก

การศึกษาความเป็นมาของประวัติโยคะและแนวคิดของการฝึกโยคะทำให้เรารู้ถึงแก่นแท้ของการฝึกโยคะ รู้จักกระบวนการในการที่เราจะรู้จักตัวเองและดำรงชีวิตอย่างเป็นองค์รวมให้ได้มากที่สุดจากการได้ฝึกปฏิบัติในแนวทางของโยคะ โดยใช้เทคนิคที่ได้เรียนรู้หลายๆอย่างประกอบกัน ทั้งอาสนะ(การฝึกทางกาย) การหายใจ และสมาธิ ทำให้เราต้องมีความยืดหยุ่นและจิตใจมุ่งไปที่การประสานกลมกลืนกันของระบบต่างๆของชีวิต จึงจะทำให้การฝึกสัมฤทธิ์ผลและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อร่างกาย

2.3 ความรู้และประวัติการนวดจัดกระดูก

2.3.1 ประวัติการนวดจัดกระดูก หรือ (Chiropractic)

การจัดกระดูกหรือไคโรแพรคติก (Chiropractic) เป็นศาสตร์การรักษาแบบดั้งเดิมมีอายุมากกว่า 100 ปี ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในประเทศ สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1895 โดยคำว่า Chiropractic เป็นคำที่มาจากภาษากรีกโบราณว่า Cheiropraktikos มีความหมายว่าการรักษาด้วยมือ (พงศธร ฉันท์พลากร,2558)

D.D. Palmer เป็นหมอคนแรกที่คิดค้นศาสตร์แขนงนี้ และนำไปใช้ในการรักษาโรคต่างๆมากมาย เช่น หูหนวก, ไขหวัดใหญ่, ปวดกระเพาะ, ชัก, โรคหัวใจ และโรคอื่นๆอีกเป็นจำนวนมาก

ในประเทศสหรัฐอเมริกาการรักษาแบบไคโรแพรคติกได้มีการยอมรับและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง รวมทั้งได้มีการเปิดสอนเป็นหลักสูตร โดยจะต้องผ่านการเรียนในสถาบันที่มีการรับรองเป็นเวลา 4-5 ปีมีการสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ รวมทั้งมีการสอบใบประกอบวิชาชีพด้วย

การรักษาแบบ การจัดกระดูกหรือไคโรแพรคติก ตั้งอยู่บนปรัชญาและแนวคิดว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาพร้อมกับความสามารถในการรักษาตนเอง “Innate Intelligence” โดยกระบวนการนี้ มีการ

เชื่อมโยงกับระบบประสาทส่วนกลาง และ สมอง ผ่านทางระบบเส้นประสาทและไขสันหลัง คล้ายกับการส่งสัญญาณติดต่อสื่อสารของระบบโทรศัพท์ ระบบนี้สร้างความสมดุลในร่างกาย และเชื่อว่าการเกิดการผิดปกติต่างๆ ที่เกิดขึ้นเกิดจากการรบกวนการทำงานของระบบดังกล่าว

ทางด้านกายวิภาค ไขสันหลัง (Spinal Cord) อยู่ในกระดูกสันหลัง (Vertebra) ซึ่งเป็นอวัยวะที่มีความซับซ้อน มีการขยับตามการเคลื่อนไหวของร่างกาย รากประสาทสันหลัง (Spinal Nerve Root) เป็นส่วนเชื่อมต่อของไขสันหลังและระบบประสาทของร่างกาย รากประสาทสันหลังแยกจากไขสันหลังไปสู่ส่วนต่างๆของร่างกาย โดยผ่านทางช่องเส้นประสาท (Neural Foramen) ที่อยู่ระหว่างข้อกระดูกสันหลัง ดังนั้นจึงถูกรบกวนได้ง่าย การรบกวนนี้ผู้รักษาทาง ไคโรแพรคติก เรียกว่า ภาวะการเคลื่อนของกระดูกสันหลังกดทับเส้นประสาทหรือ “Vertebral Subluxation Complex (VSC)” ซึ่งก่อให้เกิดการรบกวนสมดุลและก่อให้เกิดโรค เช่น การผิดปกติของการเคลื่อนไหว, การปวดกล้ามเนื้อ, หรือความผิดปกติของอวัยวะภายในต่างๆ

การรักษาแบบการจัดกระดูกหรือไคโรแพรคติก เชื่อว่าการแก้ไขภาวะความไม่สมดุลนี้ทำได้โดยการจัดให้การทำงานของระบบประสาทกลับเป็นปกติ หรือกล่าวคือ จัดภาวะการเคลื่อนของกระดูกสันหลัง (VSC) ซึ่งเป็นที่มาของคำว่าจัดกระดูกสันหลัง หรือ รักษาการเคลื่อนของกระดูกสันหลัง โดยมีเป้าหมายถึงการรักษากระดูกสันหลังที่ผิดปกติหรือคงอให้กลับเป็นปกติ (ตามความเห็นของผู้เขียน) ผู้ให้การรักษาแบบ ไคโรแพรคติก เชื่อว่าสามารถรักษาโรคได้หลากหลาย

2.3.2 ความหมายของการนวดจัดกระดูก (Chiropractic)

การนวดจัดกระดูกตามแบบแผนไทย (Joint Adjustment and Massage) หมายถึง การปรับโครงสร้างของข้อต่อให้กลับสู่สภาพปกติเพื่อแก้ไขอาการที่ผิดปกติของข้อต่อ ด้วยเทคนิคการจัด ดัด ดึง (Mobilization and Manipulation) การนวดไทย (Thai Massage) รวมทั้งให้การบริหารร่างกาย (Exercise) ที่เหมาะสม โดยการผสมผสานวิธีการรักษาเข้าด้วยกันเพื่อการรักษาที่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ป่วย (ประสิทธิ์ คงทรัพย์, 2558)

คำจำกัดความของ Mobilization และ Manipulation

Mobilization คือ การจัด ดัด ดึงข้อต่อด้วยมือของนักบำบัด (Therapist) ด้วยเทคนิคที่ใช้ความเร็วต่ำ (Low Velocity) ช่วงระยะยาว (large Amplitude) นุ่มนวล ภายในช่วงการเคลื่อนไหวของข้อต่อ

Manipulation คือ การจัด ดัด ดึง ข้อต่อด้วยมือของนักบำบัดด้วยเทคนิคที่ใช้ความเร็วสูง (High Velocity) ช่วงระยะแคบ (Short Amplitude) ภายในช่วงสุดท้ายของการเคลื่อนไหวที่ผิดปกติของข้อต่อแต่อยู่ในข้อจำกัดของข้อที่ปกติ (Anatomic Range) โดยที่ผู้ป่วยไม่สามารถป้องกันตัวเองได้

วิธีการ Manipulation เรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า Trust คือ วิธีการเคลื่อนไหวด้วยความเร็วสูง ช่วงสั้นโดยที่ผู้ถูกกระทำไม่สามารถป้องกันและขัดขืนได้หรือในลักษณะคลายตัวหรือผลอนั่นเอง ใช้ กระทำที่ข้อถูกจำกัดด้วยพยาธิสภาพภายในข้อต่อ เช่น การหดรั้งในพังผืดในข้อต่อ (Joint Adhesion) ประโยชน์เพื่อไปกระตุ้นตัวรับความรู้สึกที่อยู่ภายในข้อต่อ (Joint Receptors) ทำให้รู้สึก โล่งสบายชั่วขณะหลังจากที่ได้ทำการตัดแล้ว เช่นการตัดคอ ตัดมือ แต่วิธีการตัดแบบนี้ไม่ควรทำบ่อย เพราะจะทำให้ข้อหลวมและเกิดการบาดเจ็บได้

2.3.3 เทคนิคการจัดกระดูกและการเคลื่อนไหวแบบต่างๆ

การเรียนรู้เทคนิคการจัดกระดูกและการเคลื่อนไหวแบบต่างๆก็เพื่อนำไปใช้ในกรณีที่เหมาะสม หรือผู้ตรวจทำการประเมินการเคลื่อนไหวของผู้ป่วยเพื่อที่จะรับรู้ความรู้สึกของผู้ป่วยหรือแม้แต่ ประเมินให้รู้ว่ามีอาการถูกจำกัดหรือไม่หรือมีปัญหาหรือไม่ มีเจ็บ มีปวดหรือมีติดขัดหรือมีความฝืด หรือมีความตึงอย่างไรซึ่งนักบำบัดก็ต้องสังเกตและประเมินวิธีการรักษาต่อไป ซึ่งมีเทคนิค ดังต่อไปนี้

1. Self-Mobilization คือ การจัด ตัด ดึง ข้อต่อด้วยตัวเอง เป็นเทคนิคการยืด กล้ามเนื้อและข้อต่อ โดยการดึงด้วยตนเองของผู้ป่วย
2. Mobilization with movement คือ การจัด ตัด ดึง ด้วยมือของนักบำบัดที่ข้อต่อ ในขณะที่ข้อต่อมีการเคลื่อนไหว
3. Active joint motion คือ การเคลื่อนไหวข้อต่อด้วยตนเองของผู้ถูกประเมิน สามารถบอกความผิดปกติของการเคลื่อนไหวของข้อต่อที่เกิดขึ้นได้ เช่นการกางแขนด้วยตัวของผู้ถูก ประเมินเอง
4. Passive joint motion คือ การเคลื่อนไหวข้อต่อด้วยผู้อื่น หรือผู้ประเมินสามารถ บอกถึงเหตุผลของการจำกัดการเคลื่อนไหวของข้อต่อ (Joint Limitation) และ Joint End-feel ที่ เกิดขึ้น

2.3.4 ชีวกลศาสตร์ของการเคลื่อนไหว (Biomechanics of Joint Motion)

ชีวกลศาสตร์เป็นวิชาที่ว่าด้วยการศึกษาเข้าไปในระบบโครงสร้างต่างๆของร่างกายเพื่อจะได้อู่ว่ามีการเคลื่อนไหวอย่างไรมีข้อควรระวังอย่างไรทำให้เราสามารถเรียนรู้และเข้าถึงระบบต่างๆเหล่านี้ ได้ ทำให้เราทำการหรือการจัดกระดูกได้อย่างปลอดภัย

2.3.4.1 การเคลื่อนไหวของข้อต่อตามหลักสรีรวิทยา (Physiological Motion) เป็น ผลจากการหดตัวและคลายตัวของกล้ามเนื้อ มีการเคลื่อนที่กระดูกผ่านแกนต่างๆ เช่น การงอ (Flexion) การเหยียด (Extension) การกาง (Abduction) การหมุน (Rotation)

2.3.4.2 การเคลื่อนไหวของข้อต่อที่ถูกกระทำโดยผู้อื่น (Accessory Motion) เป็นการ เคลื่อนไหวของข้อต่อในระดับเฉพะเจาะจงตัวเองทำให้เคลื่อนไหวไม่ได้ต้องกระทำโดยผู้ตรวจหรือ

หมอเพื่อเข้าไปประหมื่นและเคลื่อนไหวข้อต่อและเกิดขึ้นที่ผิวระหว่างข้อต่อว่ามีการเคลื่อนไหวผิดปกติหรือไม่

2.3.4.3 การเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นภายในผิวข้อต่อ (Arthrokinematics) ลักษณะการเคลื่อนไหวนี้มีทั้งหมด 5 แบบ ดังนี้

2.3.4.3.1 Roll การกลิ้ง คือ การเกิดในทิศทางของการเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นที่ผิวข้อต่อมักเกิดร่วมกับการหมุน (Spin) และการเลื่อน (Slide) เช่น ช่วงโค้งงอของกระดูกต้นขาส่วนล่างกลิ้งไปบนผิวกระดูกของโค้งงอของกระดูกต้นขาส่วนบน

2.3.4.3.2 Spin การหมุน คือเกิดขึ้นเมื่อกระดูกหมุนรอบแกนตามแนวยาว เช่น หัวกระดูกปลายแขนด้านนอกหมุนรอบกระดูกปลายแขนด้านใน ทำให้เกิดการคว่ำมือ (Pronation) หรือหงายมือ (Supination) การงอต้นแขน การเหยียดต้นแขน (Flexion/Extension) การหมุนนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นด้วยตัวเองในการเคลื่อนไหวของข้อต่อในยามที่ปกติต้องมีนักบำบัดมากระทำทำให้

2.3.4.3.3 Slide การเลื่อน คือการเคลื่อนไหวของสิ่งสิ่งหนึ่งที่จุดจุดหนึ่งบนผิวสัมผัสจุดเดียวที่เคลื่อนไหวผ่านผิวสัมผัสของของอีกสิ่งหนึ่งหลายๆตำแหน่ง เช่นลักษณะการเล่นบันไดเลื่อนส่วนที่สัมผัสจุดเดียวก็คือ กั้น แต่ผิวสัมผัสสามารถสัมผัสได้หลายจุด

2.3.4.3.4 Compression การกด เป็นการลดช่องว่างระหว่างข้อทำให้เพิ่มความมั่นคงของข้อต่อ เช่นการเกิดการหดตัวของกล้ามเนื้อทำให้ข้อเกิดความมั่นคงมากขึ้น

2.3.4.3.5 Distraction การดึง คือ การทำให้ผิวสัมผัสของข้อถูกดึงห่างออกจากกัน มักจะใช้ผสมผสานกับเทคนิค mobilization เพื่อเพิ่มการยึดเยื่อหุ้มข้อ

2.3.5 กฎของผิวโค้งเคลื่อนที่บนผิวเว้า/ผิวเว้าเคลื่อนที่บนผิวโค้ง (Convex-Concave & Concave-Convex Rule)

รูปร่างของผิวข้อ 2 ลักษณะ

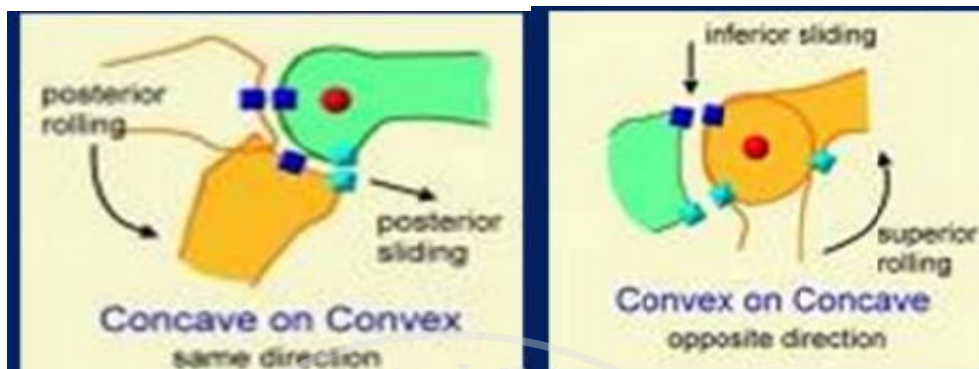
- Concave คือ ผิวข้อที่มีลักษณะโค้งเข้าหาผิวข้อหรือที่เรียกว่า เว้า

- Convex คือ ผิวข้อที่มีลักษณะโค้งออกจากผิวข้อ หรือที่เรียกว่า โค้ง

กฎของผิวโค้งเคลื่อนที่บนผิวเว้า/ผิวเว้าเคลื่อนที่บนผิวโค้งเป็นหลักการพื้นฐานที่ใช้ในการทำการจัดกระดูก ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผิวข้อต่อ คือการเลื่อนของผิวข้อต่อ (Slide) นั่นคือผิวสัมผัสอันหนึ่งเคลื่อนไปบนผิวสัมผัสของอีกอันหนึ่งในขณะที่ผิวสัมผัสนั้นอยู่นิ่ง เช่น การยก หรือเหยียด หรือการงอเข้า

2.3.5.1 Concave-Convex Rule คือ การที่กระดูกที่มีผิวข้อแบบเว้าจะเลื่อน (Slide) ในทิศทางเดียวกับทิศทางของการเคลื่อนไหวของแนวกระดูกที่กลิ้งไป (Roll) ในขณะที่ผิวข้อส่วนที่เป็นผิวโค้งอยู่นิ่ง

ภาพที่ 2.1: ภาพแสดงรูปร่างลักษณะของ Concave-Convex Rule



ที่มา: การนวดจัดกระดูก. (2558). สืบค้นจาก <http://www.siripatthaimedonlineschool.com/>.

2.3.5.2 Convex–Concave Rule คือการที่กระดูกที่มีผิวข้อแบบโค้งซึ่งเลื่อนผ่านผิวข้ออีกด้านหนึ่งซึ่งเป็นผิวเว้าและนิ่งอยู่กับที่ จะเกิดการเลื่อน (Glide) ในทิศทางตรงกันข้ามกับทิศทางของการกลิ้ง (Roll)

2.3.6 ประโยชน์ที่ได้จากการจัดกระดูก

- ใช้ควบคุมอาการปวดและลดความปวด
- ใช้เพิ่มองศาของการเคลื่อนไหวของข้อต่อใช้ในกรณีที่มีอาการข้อติดขัด ข้อที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ตามปกติ

- ใช้แก้ไขความผิดปกติของข้อต่อเนื่องจากการทำงานไม่ปกติ

2.3.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดกระดูก

- ความเจ็บปวดและการเกร็งตัวของกล้ามเนื้อ
- การเคลื่อนไหวของข้อที่น้อยกว่าปกติ
- การหดรั้งของเนื้อเยื่อรอบข้อต่อ ได้แก่ เยื่อหุ้มข้อ เอ็นยึดข้อต่อ
- การบวมของข้อต่อ
- การผิดรูปของข้อต่อและการเคลื่อนหลุดของข้อต่อ

2.3.8 ข้อควรระวังในการรักษาแบบการจัดกระดูก

พงศธร ฉันทพลากร (2558) กล่าวว่า ไม่มีการรักษาใดที่ไม่มีผลข้างเคียงการรักษาโดยวิธีไคโรแพรคติก ก็เช่นกัน ถึงแม้ว่าจะมีข้อดีมากแต่ก็อาจส่งผลกระทบต่อร่างกายอย่างคาดไม่ถึงได้ ตัวอย่างเช่น การรักษาภาวะหมอนรองกระดูกสันหลังเคลื่อน การขยับที่รุนแรงเกินไปอาจมีผลทำให้หมอนรองกระดูกสันหลังมีการเคลื่อนมากขึ้น จนกดทับเส้นประสาท อันมีผลให้เกิดความพิการขึ้นได้

ซึ่งจะมีอันตรายได้มากขึ้นหากเป็นกระดูกสันหลังส่วนคอ หรือการรักษาอาการปวดโดยการนวดอย่างรุนแรงเกินไปจนก่อให้เกิดอาการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อ อาจทำให้อาการเป็นมากขึ้นหรือมีอาการปวดเรื้อรังได้ นอกจากนี้การนวด หรือ การขยับที่รุนแรงเกินไปในผู้สูงอายุที่มีภาวะกระดูกพรุนอาจทำให้กระดูกหักได้ เป็นต้น

การได้ศึกษาประวัติและเทคนิควิธีการรักษาแบบการจัดกระดูกทำให้เข้าใจถึงแนวทางการรักษาร่างกายโดยการใช้มือเปล่าในการรักษาอาการต่างๆของโรคที่เกี่ยวกับกระดูกแล้วข้อต่อที่อยู่ภายในร่างกายซึ่งบางครั้งการรักษาด้วยการแพทย์ปัจจุบันอย่างเดียวอาจทำให้การรักษายังไม่เพียงพอและนอกจากนี้ยังได้รู้ถึงกระบวนการขั้นตอนในการรักษาด้วยการจัดกระดูก ผลดีและปัจจัยที่ต้องทำการรักษาด้วยการจัดกระดูก ทำให้เราสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในระดับหนึ่งด้วยตัวเองได้อย่างปลอดภัยและนอกจากนี้ประโยชน์ในทางการรักษาที่ผู้ศึกษาเห็นว่ายังมีผลไปถึงผู้ที่ฝึกโยคะที่มีปัญหาเกี่ยวกับสรีระร่างกายที่มีข้อจำกัดซึ่งไม่สามารถที่จะฝึกโยคะได้ในบางท่าการนำวิธีการจัดกระดูกเข้าไปมีส่วนช่วยบำบัดก็จะเป็นประโยชน์อย่างมากในกรณีนี้

2.4 ความรู้และประวัติการนวดแผนไทย

การนวดเป็นสิ่งแรกที่มีมนุษย์เรารู้จักการนำมาใช้บำบัดรักษาอาการปวด ต่อมาภายหลังยังพบว่าการนวดยังมีประโยชน์ในการรักษาโรคอื่นบ้างโรคได้เป็นการรักษาร่วมตลอดจนเป็นการนวดเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ฮิปโปเครติส (Hippocrates) ผู้เป็นบิดาแห่งการแพทย์แผนใหม่ยังเห็นความสำคัญและกล่าวไว้ว่าแพทย์ทุกคนควรมีความรู้เรื่องการนวดการแพทย์ที่ผ่านมาเรายึดถือตะวันตกเป็นแม่แบบปัจจุบันกระแสนิยมไทยกำลังได้รับการส่งเสริมการนวดแผนไทยหรือนวดไทย แผนโบราณจึงได้รับการฟื้นฟูจนกลับมาเป็นที่นิยมของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและยังเป็นที่ยอมรับอย่างมากในสปา ซึ่งสปาที่มีชื่อเสียงมักจะต้องมีการบริการที่มีการนวดอยู่ด้วยไม่อย่างใดอย่างหนึ่งแลหนึ่งในนั้นก็หนีไม่พ้นที่จะต้องเป็นนวดแผนไทย (“การนวดเพื่อสุขภาพ”, 2558)

2.4.1 ความหมายของการนวด

Graham (1884 อ้างใน “การนวดเพื่อสุขภาพ”, 2558) ได้ให้คำจำกัดความของการนวด (Massage) ว่า “หมายถึงกระบวนการที่กระทำโดยมือ เช่น Friction, Kneading, Rolling and Percussion บนเนื้อเยื่อด้านนอกของร่างกายด้วยวิธีการต่างๆเพื่อวัตถุประสงค์ในการรักษา ประคับประคองหรือสุขอนามัย การนวดอาจมีความหมายว่า การใช้มืออย่างมีสติและสัมปชัญญะเพื่อกระทำการบนร่างกายโดยมีวัตถุประสงค์ในการบำบัด”

ในปี 1990 การนวดได้รับความนิยมเป็นอันดับ 3 ในอเมริกา รองจากเทคนิคการผ่อนคลาย และไครโอแพรคเตอร์ สำหรับในประเทศไทยแม้จะยังไม่มีการเก็บข้อมูลแต่จากประสบการณ์ในการ

รักษาผู้ป่วยที่มีอาการปวดกล้ามเนื้อเรื้อรังของผู้เขียนประมาณว่ามากกว่า 60% ของผู้ป่วยจะต้องได้รับบริการการนวดมาแล้วไม่ว่าอย่างใดอย่างหนึ่ง (“การนวดเพื่อสุขภาพ”, 2558)

2.4.2 ประวัติการนวด

ประวัติศาสตร์การนวดนั้นมีมายาวนานหลักฐานที่เก่าแก่ที่สุดเกี่ยวกับการนวดพบในทวีปเอเชียคือประเทศจีนเมื่อประมาณ 4,500 ปีมาแล้ว ต่อมาญี่ปุ่นได้นำแบบอย่างวิธีการนวดมาจากจีนเมื่อประมาณ 600 ปีก่อนคริสตศักราช การแพทย์ระบบอายุรเวทของอินเดียย้อนหลังไปอย่างน้อย 500 ปีก่อนคริสตศักราชก็กล่าวถึงการดูแลสุขภาพด้วยกสรวนวดไว้เช่นเดียวกัน

ในกรีกโบราณ Hippocrates (450-377 ปีก่อนคริสตศักราช) และ Aristotle (384-322 ปีก่อนคริสตศักราช) ก็กล่าวถึงการนวดในข้อเขียนของท่านว่ามีหลายข้อบ่งชี้ในยุคนั้นมีสถานที่ที่นิยมใช้ออกกำลังกาย นวด และอาบน้ำแร่อยู่ร่วมกันด้วย ต่อมาในอาณาจักรโรมัน (27 ปีก่อนคริสตศักราช-ค.ศ.476) ก็ยังคงมีสถานที่เช่นนั้นอยู่ซึ่งก็เป็นคำที่ใช้จนมาปัจจุบันนี้คือ ยิมเนเซียมนั่นเอง

ข้อเขียนเกี่ยวกับกรีกและโรมันซึ่งรวมถึงการนวดด้วยได้ถูกกล่าวถึงอีกครั้งในยุโรปในยุคเรเนซองค์ ช่วงทศวรรษที่ 14-17 และต่อมาได้รับความสนใจในแง่ของการรักษาในประเทศต่างๆ ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมันและสวีเดน จึงทำให้คำต่างๆเกี่ยวกับการนวดพื้นฐานเป็นภาษาฝรั่งเศส เช่น Effrage, Petrissage เป็นต้น การนวดได้รับความนิยมอย่างมากในสวีเดนจนกระทั่งมีโรงเรียนที่เปิดสอนการนวดเพื่อการบำบัด คือ The Royal Institute of Gymnastics ในกรุงสต็อกโฮล์ม ปี 1813 และทำให้การนวดแบบ Swedish แพร่หลายไปทั่วยุโรปและอเมริกาตราบนานทุกวันนี้

สำหรับการนวดแผนไทยนั้นเป็นภูมิปัญญาของชาวไทยที่สืบทอดกันมาช้านานเชื่อว่าเริ่มต้นจากความสัมพันธ์สายใยภายในครอบครัวที่ช่วยเหลือกันเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย ฟกช้ำ ด้วยการสัมผัสจับต้องหรือกดจุดบริเวณที่มีอาการ เช่น สามภรรยา นวดให้กัน ลูกนวดให้บิดามารดา หลานนวดให้ปู่ย่าตายาย จนเกิดความชำนาญและช่วยเหลือเพื่อนบ้านต่อไปในที่สุดก็เกิดเป็นอาชีพหมอนวดขึ้น

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ของไทยที่พบเก่าแก่ที่สุดคือศิลาจารึกสมัยสุโขทัยช่วงที่พ่อขุนรามคำแหงมหาราชครองราชย์โดยขุดพบที่ป่ามะม่วง ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา รัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชการแพทย์แผนไทยเจริญรุ่งเรืองมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนวดแผนไทย มีการแบ่งกรมหมอนวดเป็นฝ่ายชาย-ขวา โดยปรากฏในทำเนียบศักดินาข้าราชการฝ่ายทหารและพลเรือนที่ตราขึ้นในปี พ.ศ.1998 และจากจดหมายเหตุของราชทูต ลา ลูแบร์ ประเทศฝรั่งเศส ครั้นมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงโปรดให้ปั้นรูปฤษีตัดตนจนครบ 80 ท่าและจารึกวิชานวดไทยลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพ ประดับบนผนังศาลารายและบนเสาศาภายในวัดโพธิ์ กรมหมอนวดยังมีหลักฐานพบได้จนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้หมอยาและหมอนวดถวายการรักษาและมีหมอนวดถวายงานทุกครั้งที่เสด็จประพาส บทบาท

ของหมอนวดได้หมดจากราชสำนักในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวเมื่อ การแพทย์แผนตะวันตกเข้ามาในสังคมไทยแต่หมอนวดชาวบ้านก็ยังคงมีอยู่ตราบถึงปัจจุบัน

2.4.3 วิธีการนวดพื้นฐาน

วิธีการนวดพื้นฐานที่นิยมที่สุด คือ ใช้ระบบ Swedish โดยแบ่งเป็น 4 วิธีได้แก่

2.4.3.1 Effleurage or Stroking Massage คือ การใช้มือไล่นิ้วหรือฝ่ามือลงบนผิวหนังเบาหรือแรงก็ได้ซึ่งจะให้ผลแตกต่างกัน การลงน้ำหนักแรงต่อเนื่องเป็นแนวยาวจะให้ผลทางกลศาสตร์ ระดับลึกโดยออกแรงไล่จากส่วนปลายเข้าหาส่วนกลาง ของแขน ขาหลัง และคอ แต่จากส่วนกลาง ออกไปส่วนปลายมักใช้แรงเบาเบาหรือไม่ลงน้ำหนักเลย วิธีการนี้จะช่วยเพิ่มการไหลเวียนกลับของ หลอดเลือดดำหรือทางเดินน้ำเหลืองมักใช้กรณีการฟกช้ำของข้อต่อและกล้ามเนื้อ การบวมจากปัญหา ไหลเวียนเลือดหลังผ่าตัด โรคระบบหลอดเลือดส่วนปลายหรือ Reflex Sympathetic Dystrophy ถ้า ลงน้ำหนักเบาในทิศทางใดๆซึ่งกระทำได้ทั่วทั้งร่างกาย จะเป็นการกระตุ้น Reflex และเกิดผล ทางด้านจิตใจทำให้รู้สึกผ่อนคลาย โดยทำให้จังหวะเร็วจะเป็นการกระตุ้น จังหวะช้าจะเป็นการผ่อน คลาย

2.4.3.2 Petrissage or Compression Massage คือการบีบเนื้อเยื่ออ่อนบนร่างกาย โดยอาศัยแรงบีบระหว่าง 2 มือหรือมือเดียวกดลงบนส่วนต่างๆ มีประโยชน์ในการช่วยเคลื่อนย้าย ของเหลวและเนื้อเยื่อที่ยึดแน่นหรือสลายพังผืดของเนื้อเยื่อและกล้ามเนื้อ โดยมีรูปแบบต่างๆกัน ได้แก่

Kneading คือ การใช้ฝ่ามือหรือส่วนของมือกดและคลึงเป็นวงกลม

Picking Up คือ การกดบีบแล้วจึงจับเนื้อเยื่อดึงขึ้น ปล่อยแล้วทำใหม่ในตำแหน่ง

ถัดไป

Wringing คือ Picking Up แล้วจับเนื้อเยื่อขยับไปมาก่อนจึงปล่อย ซึ่งทำให้เกิดแรง เสียดทานหรือแรงดึงอยู่ภายในเนื้อเยื่อนั้น

Rolling คือ การหีบผิวหนังรวมถึงกล้ามเนื้อด้วยให้อยู่ระหว่างนิ้วมือกับนิ้วโป้งแล้วไล่ม้วนส่วนเนื้อเยื่อที่หีบขึ้นมานั้นก่อนจะปล่อย

Shaking คือ การหีบเนื้อเยื่อขึ้นมาแบบ Rolling แต่ใช้วิธีการสั้นอย่างแรงไปมาแทน

2.4.3.3 Friction Massage คือ การส่งแรงเคลื่อนไหวแบบวงกลม หรือแนวขวางผ่าน ทางปลายนิ้วซึ่งมักใช้นิ้วโป้งหรือสันมือลงบนเนื้อเยื่อซึ่งจะทำให้มีพื้นที่ผิวเพียงเล็กน้อยที่รับแรงนั้นแต่ละ ครั้งทำให้แรงสามารถทะลุจากผิวด้านลงไปสู่ระดับลึกได้ดี เช่น กล้ามเนื้อ เอ็น หรือพังผืดต่างๆการออก แรงให้ถึงระดับลึกอาจรู้สึกไม่สบายและทำให้ช้าได้บ้างแต่ได้ผลดีในการรักษาเอ็นอักเสบ พังผืดอักเสบ และ Trigger Point ของกล้ามเนื้อ

2.4.3.4 Tapotement or Percussion Massage คือการใช้มือตบหรือลงแรงบนเนื้อเยื่อเป็นจังหวะ โดยมีรูปแบบต่างๆกัน ได้แก่

Clapping or Cupping คือ การทำมือเป็นอุ้งแล้วตีบนร่างกาย อาจมีฝ่าขนหนูหนุนไว้ก่อนตีก็ได้ ยิ่งทำมือเป็นอุ้งมากแรงสั่นสะเทือนจะมีระดับลึกกว่าทำมือแบนๆซึ่งแรงกระตุ้นอยู่เพียงบริเวณผิว

Hacking คือ การใช้สันมือด้านนิ้วก้อยสับลงบนร่างกายมักใช้จังหวะความถี่ในช่วง 2-6 Hz ซึ่งช่วยกระตุ้นในระดับตื้น

Vibrations คือ การใช้ฝ่ามือวางบนร่างกายแล้วออกแรงสั่นในทิศทางขึ้นลงด้วยความเร็ว

Beating and Pounding คือ กำมือหลวมๆแล้วทุบลงบนร่างกายโดย Beating จะหันฝ่ามือลง ขณะที่ Pounding ใช้สันมือด้านนิ้วก้อยทุบ

Tapping คือ การใช้ปลายนิ้วทั้ง 4 เคาะ มักกระทำบนใบหน้าซึ่งเป็นบริเวณที่บอบบางซึ่งเกิดผลทางด้านจิตใจมากกว่าผลทางกายภาพ

2.4.4 ประเภทการนวดในสปา

การให้บริการนวดมีมากมายหลายประเภท มีการจัดประเภทการนวดเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม (สปา) โดยจัดไว้ 3 ประเภท ดังนี้

- การนวดประเภทไทยสัปปายะ
- การนวดประเภทสปาตะวันตก
- การนวดประเภทไทยสปา

2.4.4.1 การนวดประเภทไทยสัปปายะ การนวดประเภทนี้เป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดขายให้ชาวต่างชาติมาใช้บริการจากเราเป็นจำนวนมากและสามารถนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนไม่น้อยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

- การนวดแบบเชลยศักดิ์

มีจุดกำเนิดมาจากการนวดเพื่อช่วยเหลือกันเองในครอบครัวของชาวบ้านทั่วไปดังนั้นหมอนวดจึงใช้วิธีอื่นในการนวดนอกจากมือ ได้แก่ สอก ท่อนแขน สันเท้า เป็นต้น ส่วนท่าทางการนวดก็มีได้หลากหลายไม่เพียงแต่บีบหรือกดจุดที่ปวดเมื่อยอย่างเดียวยังมีการยืดกล้ามเนื้อ (Stretching) โดยเฉพาะทำยืดกล้ามเนื้อบ่า (Upper Trapezius) ที่ผู้มารับบริการมีอาการปวดอยู่บ่อยมาก การดัดกระดูกสันหลัง (Spinal Manipulation) โดยเฉพาะตำแหน่งของกระดูกสันหลังระดับเอว (Lumbar Vertebrae) ซึ่งมืออยู่หลายจังหวะ ทั้งทำนอนหงาย นอนตะแคงและนั่งและดัดกระดูกสันหลังระดับอก (Thoracic Vertebrae) ในท่านั่งและหมอนวดใช้เข้าตัวเองยันกลางหลัง บริเวณสะบักซึ่งถ้าผู้มารับบริการไม่มีปัญหากระดูกสันหลังที่อาจเกิดอันตรายและหมอนวดมีความ

ชำนาญเพียงพอ หลังจากนวดแล้วผู้มารับบริการจะรู้สึกสบายขึ้นทันที แต่ผู้ที่มารับบริการนวดที่มีประวัติโรคประจำตัวบางอย่างควรได้รับการตรวจร่างกายจากแพทย์ก่อนนวดเพื่อป้องกันภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดอันตรายได้ เช่น กระดูกสันหลังที่มีปัญหาอยู่แล้วเคลื่อนไปกดเส้นประสาททำให้เกิดอาการชาหรืออ่อนแรงหลังนวด เป็นต้น

- การนวดแบบราชสำนักหรือการนวดอายุรเวท (แพทย์แผนไทยประยุกต์)

เป็นการนวดที่ใช้ในพระราชวัง ดังนั้นท่าต่างๆจึงต้องสุภาพและมักนวดโดยใช้นิ้วมือกดลงบนร่างกายเท่านั้นเพื่อควบคุมน้ำหนักไม่ให้มากเกินไปและไม่ให้เป็นที่ล่วงเกินต่อพระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์ โดยมีข้อปฏิบัติในการนวดเคร่งครัด เช่น หมอนวดต้องเดินเข้าหาผู้รับบริการเมื่อเข้าใกล้ไม่น้อยกว่า 4 ศอกจนห่างจากผู้รับบริการ 1 ศอกจึงนั่งพับเพียบ มืองคามตราส่วนของการนวดที่ไม่ประชิดตัวมากและจะหันมองตรงไม่ก้มหายใจรดผู้รับบริการแต่ไม่เงยหน้ามากจนเป็นการไม่เคารพ

ปัจจุบันการนวดแผนไทยแบบเฉลยศักดิ์เป็นที่นิยมอย่างมากเนื่องจากการถ่ายทอดต่อเนื่องกันตามชุมชนในขณะที่แบบราชสำนักมักหวังวิชามีการถ่ายทอดกันเฉพาะในครอบครัว นอกจากนี้ผู้รับบริการจะรู้สึกว่าการนวดแบบเฉลยศักดิ์มีแรงกระทำบนร่างกายได้มากกว่าและมีลีลาท่าทางมากกว่าการนวดแบบราชสำนัก อย่างไรก็ตามเอกลักษณ์การนวดไทยทั้งสองแบบก็ยังคงความเป็นไทยกล่าวคือ ความสุภาพอ่อนโยนก่อนนวดและหลังนวดหมอนวดจะต้องยกมือพนมเพื่อไหว้ครูและเพื่อขอภัยหากทำนวดบางท่าไม่เหมาะสม ผู้รับบริการสวมเสื้อผ้าสบายไม่มีการให้ถอดเสื้อผ้าและมารยาทของหมอนวดในขณะทำการนวดก็ทำด้วยความสำรวม

2.4.4.2 การนวดประเภทสปาตะวันตก

- การนวดแบบสวีดิช (Swedish Massage) เป็นการนวดเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นิยมกันมากในสปาตั้งแต่ยุคกลางศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา วิธีการนวดใช้เทคนิค Long Stroking, Kneading, และ Friction ลงน้ำหนักไม่มากมีแรงกระทำเพียงผิวส่วนบนของร่างกายเนื่องจากจะเกิดแรงเสียดทานระหว่างผิวกับมือผู้นวดดังนั้นจึงต้องใช้น้ำมัน (หรือแป้งแตนิยม) ช่วยในการนวดด้วยบางแห่งจึงเรียกว่านวดน้ำมันนอกจากนั้นจึงมีการจับข้อต่อของผู้รับบริการเคลื่อนไหวไปมาด้วย

- การนวดแบบอโรมา (Aromatic Massage) คล้ายกับการนวดแบบสวีดิชนั่นเองแต่ในการเลือกใช้น้ำมันจะเป็นน้ำมันหอมระเหยที่สกัดมาจากส่วนต่างๆของพืช เช่น ดอก ผล ใบ ต้น หรือสมุนไพรต่างๆซึ่งมีรายละเอียดปลีกย่อยตามหลักสัคนธบำบัด (Aroma Therapy) โดยเชื่อกันว่าการใช้น้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากธรรมชาติ จะมีผลต่อร่างกาย ได้แก่ การทำให้ผ่อนคลาย ช่วยกระตุ้นความรู้สึก ทำให้เกิดความสมดุล ช่วยลดอาการปวดเมื่อย เป็นต้น

- การนวดเซลลูไลท์ (Cellulite Massage) วิธีการนวดเซลลูไลท์ต้องอาศัยความชำนาญวิธีการเฉพาะเพื่อช่วยให้เกิดการไหลเวียนของน้ำเหลืองและเลือดดีขึ้นและช่วยให้เนื้อเยื่อ

เกี่ยวพันของกระเปาะเซลล์อ่อนตัวลงจึงมักใช้วิธี Petrissage or Compression Massage เป็นหลัก เสริมด้วย Deep Stroking Massage และ Percussion Massage โดยท่าทางและลีลาปลีกย่อยอาจแตกต่างกันในแต่ละสถานที่ มักต้องทำติดต่อกันหลายครั้ง ผู้มารับบริการควรจะได้รับ การนวดเซลลูไลท์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง นานครั้งละ 20-30 นาที ประมาณ 6-10 ครั้ง และต้องแนะนำให้ไปปฏิบัติตัวที่บ้านด้วยได้แก่ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมรับประทานอาหารที่ถูกต้อง งดอาหารขยะ ชา กาแฟ งด การดื่มแอลกอฮอล์ งดสูบบุหรี่ ออกกำลังกายเป็นประจำ

การนวดแบบ Petrissage และการนวดอีกหลายวิธีพบว่ามีผลทางกลศาสตร์ ช่วย สลาย Fat Globules และส่งเสริมให้มีการซึมผ่านเข้าไปยังระบบน้ำเหลืองและที่สำคัญกว่านั้นคือ เกิดผลกระตุ้นทางจิตใจและเป็นการให้กำลังใจกับผู้มารับบริการเป็นอย่างดีซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้นึกถึง ข้อนี้กันเนื่องการลดความอ้วนโดยหลักการแล้วความสำเร็จไม่ได้อยู่ที่วิธีการแต่อยู่ที่กำลังใจและความ มุ่งมั่นอย่างแรงกล้าของผู้มารับบริการเป็นสำคัญ ในบางแห่งยังใช้เครื่องมือต่างๆนวดเซลลูไลท์อีกด้วย เช่น Endermologie, Ultrasound เป็นต้น

2.4.4.3 การนวดประเภทยไทยสปา คือการนำวิธีการนวดทั้ง 2 ประเภทแรกมารวมกัน และเพิ่มการนวดอื่นๆที่ไม่ใช่ทั้งของไทยและของตะวันตกเข้าไป โดยจะอธิบายในส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามา มีดังนี้

- นวดชิตสึ (Shiatsu) มาจากคำว่า Shi แปลว่านิ้วมือและ Atsu แปลว่าแรงกดเป็น การนวดแบบญี่ปุ่นเริ่มมีมาตั้งแต่ก่อน 200 ปีก่อนคริสตศักราช ซึ่งมีรากฐานมาจากทฤษฎีเส้น ลมปราณการแพทย์แผนจีนผสมผสานกับศาสตร์ทางตะวันตกเชื่อว่าการกดบนจุดฝังเข็มจะช่วยให้เกิด ความสมดุลของการไหลเวียนลมปราณ โดยมีทั้งหมด 12 เส้นลมปราณหลักและมีพลังที่เรียกว่า ชี ไหลเวียนอยู่และแบ่งลักษณะการเกิดปฏิกิริยาต่างๆเป็น หยินกับหยาง กล่าวคือ หยินเกี่ยวข้องกับ การอยู่นิ่ง ผ่อนคลาย ความเย็น ส่วนหยาง เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว การกระตุ้น ความร้อน ซึ่งทั้งหมด จะต้องสมดุลกันถ้าไม่สมดุลกันก็จะเกิดการเจ็บป่วย การกดลงบนจุดฝังเข็มจะช่วยปรับสมดุลดังกล่าว ได้ โดยจุดที่ใกล้กับอาการจะกดนาน 1 นาที และจุดไกลจากอาการบนเส้นลมปราณเดียวกันจะกด นาน 3 นาที การนวดนี้ยังสามารถที่จะช่วยผสมผสานร่างกาย จิตใจและ สุขภาวะทางปัญญาให้ ทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดีทำให้เกิดการผ่อนคลายระดับลึกและรู้สึกมีชีวิตชีวาหลังจากนวดเสร็จ

- นวดทุยนา (Tui-na) เป็นการนวดแผนโบราณของจีนโดยใช้มือกลิ้งและผลัดบน ร่างกาย โดยบำบัดทั้งบนเส้นลมปราณและกล้ามเนื้อข้อต่ออาจมีบางเทคนิคที่คล้ายการนวดพื้นฐาน ของตะวันตก บางเทคนิคใช้วิธีงอนิ้วแล้วใช้ข้อนิ้ว (มะเขงก) กลิ้งลงบนร่างกายซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะ ของทุยนาที่ไม่เหมือนใคร

- นวดจุดสะท้อนที่ฝ่าเท้า (Reflexology) อาจเรียกนวดฝ่าเท้าหรือนวดเท้าแล้วแต่ จะนิยม ต้นกำเนิดของการนวดประเภทยนี้ยังมีหลายที่มา บางตำราก็ว่ามาจากจีน บางตำราก็ว่ามาจาก

ตะวันตก โดย William Fitzgerald ในปี 1913 พบว่ามีจุดกดเจ็บบนมือและเท้าสะท้อนถึงอาการเจ็บป่วยบนส่วนอื่นของร่างกาย การนวดลงบนจุดเหล่านี้สามารถทำให้อาการดีขึ้นได้ ซึ่งได้พัฒนาโซนตามแนวยาวของลำตัว 10 โซนไล่จากศีรษะถึงปลายนิ้วเท้า โดยอ้างว่ามีปลายประสาทถึง 72,000 เส้นมาสิ้นสุดที่เท้า ต่อมาได้มีการเผยแพร่ไปทั่วอเมริกา

2.4.5 ประโยชน์ของการนวด

2.4.5.1 การนวดเพื่อสุขภาพหรือการนวดเพื่อผ่อนคลาย ผู้ที่มีารับบริการนวดนั้นส่วนหนึ่งเป็นคนปกติที่ไม่มีโรคใดใดชัดเจนเพียงแต่มีอาการเมื่อยล้าเป็นธรรมดาเนื่องจากเดินทางไกลทำงานหนัก หรืออยู่ในอิริยาบถหนึ่งนานๆจึงมาขอรับบริการนวดเพื่อผ่อนคลายเท่านั้นหลังจากนวดแล้วผู้รับบริการจะรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย แจ่มใสและกระฉับกระเฉงขึ้น

2.4.5.2 การนวดเพื่อการรักษาและฟื้นฟูสมรรถภาพ ผลจากการนวดที่ใช้ในการบรรเทาอาการหรือรักษาโรคได้นั้นเกิดจากปฏิกิริยาของร่างกายที่ตอบสนองต่อการนวด ดังนี้คือ

- ผลทางกลศาสตร์ (Mechanical Effects) เป็นผลที่มีหลักฐานน่าเชื่อถือที่สุดสามารถเข้าใจได้ง่ายและวัดผลได้จริง การนวดทำให้มีการเคลื่อนไหวของใยกล้ามเนื้อที่ช่วยยึดเนื้อเยื่อที่ยึดติดกันอยู่ลดการดึงตัวลงทำให้คลายจุดปวดเมื่อยได้เป็นอย่างดีและยังช่วยบีบไล่หลอดเลือดและท่อน้ำเหลืองทำให้การไหลเวียนของโลหิตและน้ำเหลืองดีขึ้น พาเลือดใหม่ไปไหลของเสียออกจากบริเวณที่มีปัญหา การกดเบาๆบริเวณผิวหนังจะเพิ่มการไหลเวียนของเลือดเฉพาะที่นั้น แต่ถ้านวดแรงมากขึ้นจะไปเพิ่มการไหลของหลอดเลือดดำโดยเฉพาะในระดับต้นและส่งผลสืบเนื่องไปเพิ่มการไหลเวียนของเลือดแดงต่อไป ส่วนการไหลของน้ำเหลืองพบว่าการนวดเพิ่มการไหลเวียนของน้ำเหลืองได้ 7-10 เท่า การนวดระดับลึกยังส่งผลต่อพังผืดและเนื้อเยื่อเกี่ยวพันอีกด้วย จึงสามารถแก้ไขการจำกัดการเคลื่อนไหวของข้อ ข้อยึดติดที่ไม่รุนแรงและแผลเป็นได้

- ผลทางระบบประสาทและรีเฟล็กซ์ (Neural Reflex Effects) เป็นการกระตุ้นที่ Peripheral Receptor เกิดปฏิกิริยาโดยตรงของบริเวณที่ถูกนวดทำให้กล้ามเนื้อคลายตัวและยังส่งกระแสประสาทไปตามเส้นประสาทขนาดใหญ่ (Beta Nerve Fiber) ไปยังประสาทไขสันหลังและสมองซึ่งสามารถยับยั้งอาการปวดได้ซึ่งความปวดจะส่งกระแสประสาทวิ่งไปตามเส้นประสาทขนาดเล็ก ผลเช่นนี้อธิบายตามทฤษฎีการควบคุมประตูรับความรู้สึก (Melzack and Wall's Gate Control Theory) การนวดสามารถเพิ่มความทนต่ออาการปวดได้ดีขึ้นดังนั้นแม้ว่าอาการปวดยังมีระดับคงเดิมก็อาจจะไม่ปวดเหมือนเดิมแล้วเพราะมีความทนมากขึ้นนั่นเอง นอกจากนี้การนวดอาจให้มีการกระตุ้นการหลั่ง Endorphins ช่วยให้ผู้รับบริการรู้สึกสบายได้อีกทางหนึ่ง รายงานว่าการนวดสามารถลดอาการปวดได้โดยกระตุ้นให้ร่างกายหลั่งสารลดอาการปวดชนิดหนึ่งชื่อ Enkephalins

- ผลทางจิตใจ (Psychological Effects) การนวดในบรรยากาศที่สบายในสปาทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสบาย ลดความวิตกกังวล ลดความตึงเครียดของจิตใจส่งผลกลับไปช่วยเพิ่มภูมิ

ต้านทานโรคได้อีกซึ่งเป็นผลร่วมกันของจิตใจระบบประสาทและภูมิคุ้มกันต้านทานโรคนอกจากนี้การนวดยังช่วยให้หลับดีขึ้นอีกด้วย

คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานและกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานสาขาการแพทย์แผนไทย ประเภทนวดไทย ได้กำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาการแพทย์แผนไทย ประเภทนวดไทยไว้ 3 ระดับได้แก่

ระดับที่ 1 สามารถนวดผ่อนคลายและรู้ข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวด

ระดับที่ 2 สามารถนวดเพื่อผ่อนคลาย นวดเท้าเพื่อสุขภาพและบรรเทาอาการปวดได้โดยทั่วไป 10 โรค และรู้ข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวด ซึ่งโรคทั่วไป 10 โรค ได้แก่ อาการปวดศีรษะ และปวดระบบกล้ามเนื้อข้อต่อกระดูกตามส่วนต่างๆของร่างกาย

ระดับที่ 3 สามารถนวดรักษาโรคและสามารถวินิจฉัยโรคตามทฤษฎีการแพทย์แผนไทยรู้ข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวด โดยแบ่งความรุนแรงและความสามารถในการรักษาออกเป็น 3 กลุ่มโรค คือ

ก. กลุ่มที่รักษาแล้วหายขาด คือกลุ่มโรคที่การนวดไทยสามารถรักษาให้หายขาดได้ส่วนใหญ่ ได้แก่ โรคทางระบบกล้ามเนื้อกระดูก เช่น Frozen Shoulder, Neck Sprain, Back Sprain

ข. กลุ่มที่รักษาเพื่อบรรเทาอาการ คือ กลุ่มโรคที่ไม่สามารถรักษาให้หายขาดได้แต่สามารถฟื้นฟูสมรรถภาพหรือทำให้อาการทุเลาลงได้ทำให้ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เช่น ปวดข้อต่างๆเรื้อรัง (โดยปกติการนวดจะเน้นไปยังอวัยวะรอบๆข้อ ซึ่งในการปวดข้อเรื้อรังอวัยวะเหล่านี้มักจะมีปัญหาที่เป็นสาเหตุร่วมของอาการปวด) สมรรถภาพทางเพศชายหย่อน เป็นต้น

ค. กลุ่มที่นวดเพื่อป้องกันหรือแก้ไขโรคแทรกซ้อน คือ โรคที่ค่อนข้างรุนแรงอาการมากโอกาสดีขึ้นมีน้อยแต่มักจะเกิดโรคแทรกซ้อนอื่นตามมาอีก กลุ่มโรคนี้ ได้แก่ Parkinson's Disease, Hemiparesis/Hemiplegia, Paraparesis, Cerebral Palsy การนวดทำให้อาการเกร็งลดลงและการดัดตั้งช่วยป้องกันข้อติด

ข้อห้าม/ข้อระวังสำหรับการนวดทั่วไป

ข้อห้ามต่างๆผู้นวดต้องทราบอย่างขึ้นใจเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายหรือผลแทรกซ้อนอันไม่พึงปรารถนาซึ่งส่วนใหญ่แล้วเรามักห้ามนวดเฉพาะบริเวณที่จะเกิดอันตรายเท่านั้น ที่พึงระลึกไว้เสมอด้วยคือการนวดส่วนใหญ่จะมีการดัดตั้งส่วนต่างๆของร่างกายร่วมด้วยโดยเฉพาะการนวดแบบเฉลยศักดิ์จึงควรมีแพทย์หรือผู้ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดีคัดเลือกผู้ที่จะเข้ารับบริการนวดเพื่อดูทั้งข้อบ่งชี้และข้อห้าม โดยเฉพาะข้อห้าม ข้อควรระวังต่อไปนี้ซึ่งถ้าทราบก่อนการนวดจะสามารถช่วยลดอาการไม่พึงประสงค์ได้

- การบาดเจ็บหรือเลือดออกที่เพิ่งเป็นใหม่ๆซึ่งจะทำให้มีเลือดออกซ้ำในบริเวณนั้นได้

- บริเวณที่มีความผิดปกติของระบบหลอดเลือด เช่น Varicosis, Thrombosis, Ulceration, หรือ Artherosclerotic Plaque ซึ่งสามารถทำให้มี Thrombi ไปยังบริเวณอื่นอันอาจก่อให้เกิด Pulmonary, Cerebral, หรือ Peripheral Embolic Infarcts ได้
- ผู้ป่วยที่มีความผิดปกติในการแข็งตัวของเลือดซึ่งรวมถึงการได้รับยา Anticoagulant ด้วยการนวดที่รุนแรงอาจทำให้เกิด Echymosis หรือ Hematoma ได้
- บริเวณที่มีรอยโรคบนผิวหนังที่ยังไม่หายสนิท จะทำให้แผลแยกได้และอาจมีการติดต่อของเชื้อโรคผ่านทางน้ำเหลืองมาถึงตัวผู้บาดเจ็บได้อีกด้วย
- บริเวณที่มีการติดเชื้อเพราะอาจทำให้มีการแพร่กระจายของเชื้อโรค
- บริเวณที่มีการอักเสบซึ่งการนวดจะทำให้มีการอักเสบมากยิ่งขึ้นทางแพทย์แผนไทยจะทดสอบโดยเอาปูนแดงทาหากบริเวณใดที่ไม่แห้งมีลักษณะเป็นเงาเข้มแสดงว่าบริเวณนั้นมีการอักเสบ
- กระดูกหักที่ยังติดไม่ดีการนวดแรงเกินไปอาจเป็นเหตุที่หักซ้ำได้อีก
- บริเวณที่เป็นมะเร็งเนื่องจากเซลล์มะเร็งอาจกระจายไปยังอวัยวะอื่นได้
- บริเวณที่เปลี่ยนข้อต่อ ควรทำด้วยความระมัดระวังและผู้ป่วยต้องรู้การเคลื่อนไหวในองศาที่จะทำได้เป็นอย่างดี
- ผู้ป่วยที่ไม่ให้ความร่วมมือในการนวด
- มีไข้มากกว่าหรือเท่ากับ 38.5 องศาเซลเซียส ในขณะที่จะนวด

2.4.6 ข้อห้ามข้อควรระวังสำหรับการนวดเคลย์ศักดิ์

เนื่องจากการนวดเคลย์ศักดิ์มีท่าทางเฉพาะที่อาจเกิดอันตรายได้ คือมีการตัดกระดูกสันหลัง การลงน้ำหนักโดยใช้แรงค่อนข้างมาก เช่น ใช้ศอกเท้าช่วยในการนวดดังนั้นจึงต้องมีข้อห้ามข้อควรระวังเพิ่มจากที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่

- กระดูกพรุนรุนแรง ผู้ป่วยมักมีประวัติล้มแล้วกระดูกหักหรือต้องกินยารักษากระดูกพรุนอยู่ ถ้านวดแรงเกินไปผู้ป่วยก็มีโอกาสที่กระดูกหักได้ง่ายตาย
- โรค Multiple Myeloma ทำให้กระดูกมีความเปราะบางคล้ายกระดูกพรุน
- การติดเชื้อในกระดูกทำให้บริเวณนั้นหักง่าย
- เนื้องอกที่กระดูก
- โรคทางระบบประสาทโดยเฉพาะไขสันหลังที่ยังมีอาการชัดเจนและแย่งเรื้อรัง
- เนื้องอกไขสันหลัง
- เส้นประสาทไขสันหลังถูกกดทับจากสาเหตุต่างๆ เช่น หมอนรองกระดูกทับเส้นประสาท ช่องกระดูกสันหลังตีบแคบ กระดูกสันหลังเคลื่อน กระดูกสันหลังหักยุบตัว เป็นต้น เพราะอาจให้เกิดอันตรายซ้ำซ้อนหนักขึ้นไปได้

- ข้อต่อหลวม เช่น ผู้ป่วยไทรอยด์ต่ำ หญิงตั้งครรภ์ เพราะอาจทำให้ข้อหลุดหรือเคลื่อนได้
- โรคข้อรูมาตอยด์ เพราะผู้ป่วยเหล่านี้ข้อที่มีอาการจะค่อนข้างแข็ง ขาดความยืดหยุ่นแต่เพราะถ้าตัดแรงๆอาจหักได้
- โรคกระดูกสันหลังแข็งเหมือนลำไม้ไผ่ กระดูกสันหลังจะแข็งแต่เปราะ จึงหักได้ง่าย
- ผู้ที่ยังไม่ได้รับการประเมินและตรวจร่างกายอย่างเพียงพอ เพราะบางโรคข้างต้นยังไม่แสดงอาการ ผู้ป่วยเองก็ไม่วู้ตัว หลายกรณีที่สามารถตรวจเจอได้ทันก่อนนวด จึงสามารถระมัดระวังได้ขณะทำการนวด
- ผู้หมวดที่ประสบการณ์ยังน้อย ก็ไม่ควรตัดกระดูกสันหลัง

2.4.8 อาการไม่พึงประสงค์หลังนวด

อาการที่ไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นหลังนวดสามารถเกิดขึ้นได้จากสาเหตุทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้ให้บริการที่ขาดความชำนาญไม่ได้รับการอบรมฝึกฝนมาในวิธีการนวดนั้นๆไม่ทราบแน่ชัดหรือไม่ได้ซักประวัติว่าผู้รับบริการมีอาการอื่น ๆ มาก่อนหรือไม่ ไม่ยอมลดน้ำหนักลงแม้ว่าผู้บริการจะแจ้งว่าเจ็บ ก็จะเป็นการเพิ่มอัตราเสี่ยงต่อการเกิดผลแทรกซ้อนหรืออาการไม่พึงประสงค์หลังนวดสำหรับสาเหตุจากผู้รับบริการมาจากการที่ผู้รับบริการมีการวิตกกังวล ไม่ผ่อนคลายขณะที่นวดมาขนาดครั้งแรกและไม่ได้รับการบอกรายละเอียดขั้นตอนการนวดเพื่อเตรียมตัวเตรียมใจให้พร้อมขณะนวด เช่น หากมีอาการเจ็บเกินทน ควรรีบแจ้งผู้ให้บริการทันทีเพื่อลดแรงมีโรคหรือความผิดปกติอยู่โดยมิได้แจ้งผู้ให้บริการนวด ผู้รับบริการนั้นก็อาจเกิดอาการไม่พึงประสงค์ได้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

2.4.8.1 ระดับไม่รุนแรง อาการแทรกซ้อนระดับนี้เป็นอาการที่สามารถหายได้เองใน 2-3 วัน ไม่ต้องการรักษาทางการแพทย์ที่ยุ่งยากนัก ผู้บริการสามารถดูแลตัวเองที่บ้านได้ ได้แก่

- การถูกกระตุ้นระบบประสาทอัตโนมัติมากเกินไป เมื่อนวดบริเวณแนวกระดูกสันหลัง อาจมีอาการความดันต่ำลง ขนลุกเหงื่อแตก ซึ่งถ้าเป็นบริเวณคอก็อาจมีอาการมึนศีรษะ หน้ามืด ศีรษะวิงวอน ตาลาย ถ้าเป็นบริเวณเอวก็อาจเกิดความผิดปกติของประจำเดือนได้

- อาการระบบหรือรู้สึกไม่สบายตามร่างกายจากกล้ามเนื้ออักเสบเล็กน้อยเพราะลงแรงในการนวดมากเกินไป

2.4.8.2 ระดับรุนแรง อาการแทรกซ้อนระดับนี้เป็นเหตุให้ผู้รับบริการเกิดการเจ็บป่วยถึงขั้นต้องได้รับการรักษาทางการแพทย์มีรายงานถึงความพิการจนถึงเสียชีวิตแม้ว่าจะเกิดน้อยเพียง 1 ต่อ 1 – 1.5 ล้านคนก็ตาม ส่วนมากมักเกิดจากการที่มีการตัดกระดูกสันหลังร่วมด้วย ผลแทรกซ้อนดังกล่าว ได้แก่ อัมพาตจากโรคทางหลอดเลือดสมอง อัมพาตจากการบาดเจ็บไขสันหลัง รากประสาทไขสันหลังส่วนล่าง (ไส้หม่า) บาดเจ็บ หัวใจล้มเหลวและแม้แต่เสียชีวิตก็เคยมีรายงานในต่างประเทศซึ่งมักเกิดจากเทคนิคไม่ถูกต้องหรือวินิจฉัยผิด

จากข้อมูลที่ได้นำเสนอมาตามข้อเท็จจริงการนวดนั้นมีประโยชน์อย่างมากทั้งการผ่อนคลายร่างกาย จิตใจ และรักษาโรค หรือฟื้นฟูสมรรถภาพแต่ก็มีหลายกรณีที่เกิดอาการไม่พึงประสงค์หลังนวด ดังนั้นจึงควรให้ผู้รับบริการที่สงสัยว่าอาจเกิดอันตรายจากการนวด ได้รับการตรวจวินิจฉัยจากแพทย์แผนปัจจุบันก่อนและผู้ให้บริการเองก็ควรเรียนรู้วิธีการคัดกรองผู้รับบริการก่อนนวดเพื่อให้เกิดประโยชน์และปลอดภัยสูงสุด

การนวดแผนไทยเองก็เป็นการนวดหนึ่งที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลก ที่สำคัญยังเป็นการอนุรักษ์มรดกความเป็นไทยซึ่งมีประวัติมายาวนานและมีลักษณะเด่นเฉพาะตัว สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจของประเทศในขณะนี้และกระแสความนิยมของการหันกลับมาใช้ธรรมชาติบำบัดที่เพิ่มขึ้นขณะนี้รัฐบาลไทยได้ตอบรับกระแสความต้องการดังกล่าวโดยจัดตั้งกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกขึ้นทำให้การนวดที่เป็นมรดกของเราได้รับการเจียรนัยเป็นเพชรน้ำเอกเม็ดใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขจะมีการจัดทำมาตรฐานทั้งของผู้ให้บริการนวด สถานประกอบการ ตลอดจนสปาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและยกระดับสู่สากลต่อไป (“การนวดเพื่อสุขภาพ”, 2558)

2.5 แนวคิดการปรับสมดุลโครงสร้างร่างกาย

การปรับสมดุลโครงสร้างร่างกายกับการสร้างสุขภาพ ผู้ป่วยที่มีความผิดปกติเกิดขึ้นที่อวัยวะเสื่อมคุณภาพถ้าสามารถทำให้อวัยวะนั้นแข็งแรงขึ้นได้การทำงานของอวัยวะจะทำได้ดีขึ้นตามไปด้วย การที่จะทำให้อวัยวะแข็งแรงขึ้นต้องมีการส่งสารอาหารที่จำเป็นและมีการลำเลียงของเสียออกจากอวัยวะไปทิ้งอย่างสะดวก ซึ่งในการนี้ต้องอาศัยเลือดเป็นตัวนำพาไป เลือดจะไหลเวียนได้สะดวกย่อมต้องไหลไปตามหลอดเลือดที่ยืดหยุ่นดีมีประสิทธิภาพสูง หลอดเลือดทั้งหลายล้วนอยู่ในเนื้อเยื่อของร่างกาย ถ้าเนื้อเยื่อต่างๆ มีความสามารถบีบตัวได้ดี ก็จะนำพาเลือดให้ไหลเวียนไปได้อย่างปกติ ระบบการไหลเวียนเลือดที่เป็นหัวใจสำคัญจึงต้องพึ่งพาระบบกล้ามเนื้อด้วย กล้ามเนื้อที่ดีมีคุณภาพจะต้องอยู่ในโครงสร้างร่างกายที่ถูกต้องตามแนวปกติ ซึ่งโครงสร้างร่างกายที่สำคัญคือโครงกระดูกที่เป็นแกนของร่างกายนั่นเอง ถ้าทุกอย่างเป็นเช่นนี้สุขภาพของเราจะดีขึ้นได้อย่างเป็นระบบ (มานพ ประภาสานนท์, 2552)

แต่เมื่อใดที่โครงสร้างร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระดูกสันหลังมีการเบี่ยงเบนคดโค้งไปจากแนวปกติ กล้ามเนื้อต่างๆจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างไปด้วย ทำให้การทำงานไม่สะดวกเหมือนเดิม ขณะเดียวกันหลอดเลือดที่อยู่ในกล้ามเนื้อก็จะเปลี่ยนทิศทางไป อาจมีการกดทับหรือยืดหลอดเลือดมากเกินไป ทำให้เลือดไหลเวียนไม่สะดวก เป็นผลให้การทำงานส่งกำลังบำรุงและการนำของเสียออกจากอวัยวะที่ไปเลี้ยงนั้นทำได้ไม่เต็มที่ อวัยวะนั้นก็จะเสื่อมคุณภาพไปที่ละน้อย นานวันเข้าก็เสื่อมจนเกิดอาการเจ็บป่วยออกมาให้เราเห็นได้

สาเหตุของโครงสร้างเบี่ยงเบน

1. กรรมพันธุ์
2. อุบัติเหตุ
3. การใช้ท่าทางในอิริยาบถต่างๆ

สาเหตุสำคัญที่พบบ่อยและเป็นปัญหาในผู้ป่วยเบาหวาน คือ การใช้ท่าทางที่ไม่ถูกต้องเป็นประจำ จนทำให้โครงสร้างร่างกายค่อยๆ เบี่ยงเบนไปทีละน้อย สร้างความเสื่อมให้กับตับอ่อนมากขึ้นเรื่อยๆ จนไม่สามารถทำงานได้อย่างปกติ

วิธีการปรับสมดุลโครงสร้างร่างกาย

1. การนวดเนื้อเยื่อ โครงสร้างร่างกายที่คดโค้งมานาน เนื้อเยื่อจะมีการติดยึดหดสั้นและยืดยาวเกินไปในเนื้อเยื่อต่างๆ ทั้งร่างกาย แต่เนื้อเยื่อที่อยู่บริเวณใกล้กับกระดูกที่คดนั้นจะมีความสำคัญมาก เพราะมันดึงกระดูกไว้ไม่ให้เคลื่อนไหวได้อย่างอิสระ การจะจัดกระดูกให้เข้าที่เดิมตามปกติจะทำได้ยาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องลดความตึงของเนื้อเยื่อเหล่านั้นเสียก่อน จึงจะสามารถจัดกระดูกปรับสมดุลร่างกายได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการนวดจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะใช้ในการผ่อนคลายลดความตึงของเนื้อเยื่อได้ และควรนวดทั้งตัวเพื่อปรับความยืดหยุ่นของเนื้อเยื่อทั้งหมด เนื่องจากเนื้อเยื่อมีความเกี่ยวพันกันตลอดทั้งร่างกาย ถ้าเนื้อเยื่อถูกทำให้ผ่อนคลายได้ทุกส่วนจะทำให้การปรับสมดุลร่างกายทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดกระดูกให้อยู่ในแนวปกติ หลังจากตรวจโครงสร้างร่างกายทราบว่าผู้ป่วยมีส่วนใดที่คดโค้ง การจัดกระดูกและกล้ามเนื้อส่วนที่คดโค้งนั้นให้เข้าสู่แนวปกติจะต้องกระทำ การจัดกระดูกแบบนี้อาจใช้วิธีการดัด ซึ่งมีทั้งการดัดอย่างนุ่มนวลและการดัดอย่างฉับพลัน ซึ่งต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น นักกายภาพบำบัดเป็นผู้กระทำทำให้ผู้ป่วยจึงจะมีความปลอดภัยและได้ผลดังที่ต้องการไม่ควรให้ผู้ที่ไม่เชี่ยวชาญกระทำการดัด เพราะอาจเกิดอันตรายได้ แต่ถ้าดัดโดยผู้เชี่ยวชาญได้จะช่วยให้การปรับสมดุลโครงสร้างประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น

3. การใช้ท่าบริหารปรับสมดุล เป็นวิธีที่ปลอดภัยและผู้ป่วยสามารถทำได้ด้วยตนเอง ถือเป็นวิธีสำคัญที่ต้องเน้นให้ผู้ป่วยปฏิบัติอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งความต่อเนื่องนี้จะช่วยให้โครงสร้างร่างกายเริ่มกลับเข้าสู่แนวปกติได้อีกครั้ง การบริหารด้วยท่าบริหารที่ถูกต้องเหมาะสมกับผู้ป่วยแต่ละคนจะช่วยให้ผู้ป่วยมีสุขภาพดีขึ้น แต่การใช้ท่าบริหารที่ไม่เหมาะสมจะทำให้เกิดอาการมากขึ้นได้ ดังนั้นการคัดเลือกท่าบริหารสำหรับผู้ป่วยแต่ละคนเป็นเรื่องสำคัญ นักกายภาพบำบัดสามารถช่วยเลือกท่าบริหารที่เหมาะสมให้ผู้ป่วยได้

วิธีการใช้ท่าบริหารร่างกายเป็นวิธีที่เราสามารถทำได้ด้วยตนเอง และดูจะเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการจัดกระดูกปรับโครงสร้างร่างกาย เนื่องจากการใช้ท่าบริหารจะเป็นท่าที่ยืดหยุ่นกระดูกและเนื้อเยื่อได้ดีมาก ขณะที่ทำท่าบริหารเนื้อเยื่อจะถูกยืดออกไปพร้อมกับแนวกระดูกสันหลังถูกปรับให้

เข้าที่ ดังนั้นท่าบริหารเพื่อแก้ไขโครงสร้างจะต้องเหมาะสมกับลักษณะการคดของกระดูกสันหลังด้วย
อย่าเพียงจำแต่ท่าแล้วเอาไปทำ นอกจากจะไม่ได้ผลอาจเป็นมากขึ้นอีกด้วย

การใช้ท่าบริหารที่ถูกต้องจะช่วยให้เนื้อเยื่อผ่อนคลายได้เร็ว และกระดูกสันหลังมีความยืดหยุ่นคล่องตัวสูงขึ้น การปรับท่าทางจะทำได้ง่าย และเมื่อปรับท่าทางได้ง่ายก็หมายความว่าถึงการจัดตำแหน่งของโครงสร้างร่างกายได้ง่ายขึ้นด้วย ท่าบริหารเพื่อแก้ไขโครงสร้างที่ผิดปกตินี้มีความซับซ้อนที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจประเมินให้ อาจปรึกษานักกายภาพบำบัดก็ได้ เขาจะช่วยเลือกท่าบริหารให้เหมาะสมกับการคดของร่างกายเราได้เป็นอย่างดี ส่วนการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพนั้นเรามีท่าบริหารที่ทำได้ที่ ท่าบริหารที่เน้นไปที่การยืดหยุ่นเนื้อเยื่อ เช่น ถูชิดดต้น ไทยปราน หรือท่าโยคะอาสนะ เราทุกคนสามารถนำมาใช้ได้ทันที มีแต่ผลดีไม่มีผลเสียถ้าทำได้อย่างพอเหมาะพอดี

ท่าบริหารเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ป้องกัน รักษาและฟื้นฟูสมรรถภาพ เพื่อปรับปรุงโครงสร้างร่างกายให้อยู่ในแนวสมดุล ตัวอย่างมีดังนี้

ท่าที่ 1 ยืดกระดูกสันหลังให้ยาวออก นั่งขัดสมาธิตัวตรง (ตัวไม่แอ่นนะ แคตรงอย่างสบายๆ เท่านั้น) จากนั้นยื่นมือทั้งสองข้างวางบนพื้นตรงหน้า ก้มตัวลงตรงสะโพก ไหล่มือไปข้างหน้าจนไปไกลที่สุดเท่าที่จะทำได้ ตัวแนบลงกับพื้น ศีรษะวางหน้าผากแตะพื้น ยืดคอให้มาก เมื่อถึงจุดที่ตั้งที่สุดแล้วให้ค้างอยู่ที่ตำแหน่งนั้น ผ่อนคลายกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกาย เหมือนที่เราจะนอนหลับอยู่ในท่านี้อบอุ่นร่างกายให้พักในท่านี้สักครู่หนึ่ง (อาจจะ 30 วินาที แต่ถ้าไม่ไหวก็พักก่อนได้) แล้วจึงค่อยๆ ยืดตัวขึ้นกลับมานั่งตรงเช่นเดิม ระหว่างที่ทำท่านี้ ในขณะที่ผ่อนคลายเป็นจะรู้สึกตึงที่สันหลัง คอ สะโพก ต้นขา เขา ก็ปล่อยให้ตึงไว้ถูกแล้ว เนื้อเยื่อบริเวณที่ตั้งนั้นจะถูกยืดออก ท่านี้อาจการยืดกระดูกสันหลังให้ยาวออกเป็นหลัก แต่จะมีผลดีในการยืดเนื้อเยื่อส่วนอื่นไปพร้อมกันด้วย

การเริ่มต้นด้วยท่านี้ง่าย แต่บางคนก็ยังทำไม่ได้ก็ให้ประยุกต์ทำได้ เช่น ถ้าตึงหัวเข่ามากจนก้มไม่ลง ก็ขยับขยายเข่าออกไปไม่นั่งท่าขัดสมาธิก็ได้ แต่ให้ยืดสันหลังให้มากก็ใช้ได้หรือบางคนจะเริ่มต้นด้วยการนั่งแบบคุกเข่าไหว้พระก่อนก็ได้แล้วจึงยืดตัวออกไป เหล่านี้ปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพขอให้รู้ว่าจุดประสงค์หลักต้องการให้กระดูกสันหลังยืดยาวออกมากที่สุดก็ใช้ได้
จากท่านี้อาจเพิ่มการบริหาร โดยการยืดเหยียดมือทั้งสองไปทางด้านข้างให้ลำตัวโค้งมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้กระดูกสันหลังให้เคลื่อนไปทางด้านข้างทั้งซ้ายและขวา โดยใช้หลักการเดียวกัน

ยังมีอีกท่าหนึ่งที่เริ่มจากท่านี้นี้ แต่แทนที่เราจะยืดตัวออกไปให้ไกลที่สุด ก็ให้เราล้มคอดกลงจรดอก แล้วม้วนกระดูกสันหลังลง เหมือนจะเอากกลางศีรษะวางบนพื้น ผ่อนคลายกระดูกสันหลังลงไปเท่าที่จะทำได้ ท่านี้อาจเคลื่อนไปหากระดูกสันหลังทุกข้อ ข้อไหนตึงแข็งเราจะรู้ได้ทันที ท่านี้นี้เหมือนกัน

ข้อควรจำ ขณะทำการบริหารเหล่านี้ จะต้องไม่มีการเจ็บปวดเกิดขึ้นเลยแม้แต่น้อย จะมีแต่ความตึงเท่านั้น ตึงมากที่สุดก่อนถึงปวด ถ้าจะเรียกว่าปวดก็เป็นปวดแบบตึงๆเล็กน้อย ไม่ใช่ปวดแบบบาดเจ็บ แบบนี้ใช้ได้ และการหย่อนคลายกล้ามเนื้อทั้งตัวถือเป็นเคล็ดลับสำคัญต้องทำให้ได้ เพราะถ้ากล้ามเนื้อไม่หย่อนมันจะยึดไม่ได้ดีเท่าที่ควร

ท่าที่ 2 บิดตัวเป็นเกลียว นั่งขัดสมาธิ ตัวตรง จากนั้นบิดตัวไปทางซ้ายให้ไกลที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยเริ่มจากบิดลำตัว บิดไหล่และหมุนคอหันหน้าไปด้านหลัง อาจใช้มือขวาจับที่ต้นขาซ้าย เพื่อส่งแรงไปถึงไหล่ ไหล่จะบิดได้มากขึ้น ขณะเดียวกันมือซ้ายไขว้หลังมาจับต้นขาขวาไว้ ช่วยดึงไหล่ซ้ายให้บิดมากขึ้น แต่ถ้าไขว้มือมาไม่ถึงก็ไม่เป็นไรนะครับ เอาแค่ทำได้มากที่สุดก็พอ ตัวตรงยืดออกตรงไว้ ผ่อนคลายกล้ามเนื้อทุกส่วน ยกเว้นออกแรงที่มือตั้งไว้ จากนั้นค้างอยู่ในท่านี้สักครู่ (30 วินาทีถ้าทำได้) หายใจสบายๆ แล้วกลับสู่ท่าเดิม ค่อยๆหันคอ บิดไหล่กลับมาอยู่ในท่าเริ่มต้น แล้วบิดตัวไปทางขวา ทำซ้ำเหมือนกัน

ท่านี้ออกมาให้กระดูกสันหลังมีการเคลื่อนที่ในแนวระนาบเป็นการบิดกระดูกสันหลังที่จะทำให้เกิดความยืดหยุ่นดีขึ้น เพราะส่วนมากกระดูกสันหลังจะตึงจากพังผืดและเนื้อเยื่อที่ยึดกระดูกบริเวณนี้มาก การบิดตัวเป็นเกลียวเช่นนี้ช่วยกระตุ้นสันหลังและการไหลเวียนต่างๆได้มาก หลักการปฏิบัติเช่นเดียวกับท่าแรก ต้องไม่เจ็บปวด ต้องตึงมากที่สุด และผ่อนคลายร่างกายตลอดการทำท่าค้างไว้ สำหรับคนที่ทำไม่ได้สมบูรณ์ก็ประยุกต์ทำตัวเองตามความเหมาะสม ได้แค่นั้นทำแค่นั้น ให้รู้สึกถึงการบิดของกระดูกสันหลังก็ใช้ได้ครับ

ท่าที่ 3 แอนสันหลัง ท่านี้จะเริ่มจากนอนคว่ำ จากนั้นตั้งข้อศอกยันพื้นให้ท้องแขวนวางราบกับพื้น มือคว่ำลง หันปลายนิ้วมือออกทางด้านข้างเล็กน้อย ค่อยๆยกศีรษะขึ้น เงยคอไปข้างหลัง ตามองเพดาน ยืดตัวให้สูงที่สุดขณะที่หน้าท้องติดพื้นไว้ ให้ค้างอยู่ในลักษณะนี้ ผ่อนคลายลำตัว หน้าอก และท้องลง โดยที่ศีรษะยังยกสูงเท่าเดิม น้ำหนักตัวตกลงที่แขนทั้งสอง ส่วนอื่นของร่างกายทั้งหมดผ่อนคลาย ค้างไว้สักครู่ (30 วินาทีถ้าทำได้) แล้วค่อยๆ ก้มหน้า ลดตัวลงนอนราบเช่นเดิม

ท่านี้ออกมาให้กระดูกสันหลังแอนโค้งมาทางด้านหลัง ขณะเดียวกันจะเป็นการยืดเนื้อเยื่อทางด้านหน้าของลำตัว ตั้งแต่คอจนถึงต้นขา ท่านี้อาจทำอาสนะสูง แต่ไม่เหมือนกันทีเดียว ต้องการให้เปิดหน้าอกและผ่อนคลายมากๆ

สำหรับคนที่ทำได้ดีแล้ว เพิ่มความยากขึ้นด้วยการใช้มือทั้งสองดันตัวให้สูงขึ้นแทนการใช้ท้องแขน แล้วผ่อนคลายร่างกาย ท่านี้จะช่วยกระตุ้นกระดูกสันหลังส่วนล่างมากกว่าท่าเดิมที่กระตุ้นหลังส่วนบนมากกว่า

การทำท่าบริหารเหล่านี้ ควรทำเป็นชุด ต้องทำทั้ง 3 ท่า เพราะจะกระตุ้นสันหลังได้ครบถ้วน ทั้งด้านหน้าด้านหลังด้านข้าง ทำท่าละกี่ครั้งก็ได้แล้วแต่แต่ละบุคคล แต่ควรเริ่มลองดูจากน้อยไปก่อน สักท่าละ 3-5 ครั้งก็พอ แล้วค่อยเพิ่มจำนวนและความถี่เอาเองอีกครั้ง

จะเห็นว่าขั้นตอนการผ่อนคลายเนื้อเยื่อและการจัดกระดูกให้เข้าแนวนั้นต้องทำต่อเนื่องและควบคู่กันไปเสมอ โครงสร้างร่างกายจึงจะปรับเข้าสู่สมดุลเหมือนเช่นเดิมได้ ซึ่งจะใช้เวลาพอสมควรทีเดียว พอสมควรนี้ไม่ใช่เป็นเดือนแต่อาจนานเป็นปีๆ แม้ว่าเราจะขยันทำก็ตาม ยิ่งถ้าทำไม่สม่ำเสมอโอกาสจะเหมือนเดิมมีน้อยมาก แต่ทั้งนี้ก็แล้วความตั้งใจจริงของผู้ป่วยในการฝึกปฏิบัติเป็นสำคัญ ทำมากก็ได้ผลมากทำน้อยก็ได้ผลน้อยเป็นธรรมดา

4. การฝึกใช้ท่าทางที่ถูกต้อง สาเหตุหลักที่ทำให้โครงสร้างร่างกายเสียสมดุลคือ การใช้โครงสร้างไม่เหมาะสม ดังนั้นจึงต้องแก้ไขที่ต้นเหตุนี้ทันที ผู้ป่วยจะต้องได้รับความรู้เรื่องการใช้ท่าทางในการทำกิจวัตรประจำวัน การปรับเปลี่ยนอิริยาบถต่างๆ ที่เหมาะสม เมื่อผู้ป่วยรู้หลักการใช้ท่าทางที่เหมาะสมแล้วจะสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้ และเมื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้ต่อเนื่องตลอดไป การปรับโครงสร้างร่างกายถึงจะได้ผลอย่างแท้จริง

2.6 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

Walters (1978, p. 6 อ้างใน ศุภร เสรีรัตน์, 2537, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ว่า “หมายถึงพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้คือ บุคคลซึ่งมีสิทธิ์ในการได้มาและใช้ไปซึ่งสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด”

2.6.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase)

2.6.1.1 ทฤษฎีสิ่งกระตุ้น (S – R Theory) เป็นจุดเริ่มต้นของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน มีรายละเอียดดังนี้

- สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside stimulus) สิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้เพิ่มขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบไปด้วย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)
- สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย (Distribution หรือ Place)
- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.6.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) คือ สิ่งกระตุ้นภายนอกที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)
- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)
- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political)
- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2.6.1.3 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

- ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

- กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการของปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.6.1.4 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

2.6.2 แนวคิดทางด้านจิตวิทยาผู้บริโภครต่อการตัดสินใจซื้อ

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับกระบวนการหลายอย่างที่เกิดขึ้นภายในจิตใจความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่ขั้นการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่เป็นตัวกระตุ้นในกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีดังนี้

2.6.2.1 แนวคิดทางการจูงใจ (Motivation)

Stanton & Futrell (1987, p. 649 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และ งามอาจ ปะทะวานิช, 2541, หน้า 89) การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลแต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (Motive) นักการตลาดต้องศึกษาถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวมนุษย์ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ ความต้องการเหล่านี้ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตน นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจ คือทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมุติฐานขั้นพื้นฐานมาจากลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ อธิบายได้ว่า

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ เกิดจากมนุษย์มีความต้องการหลายประการ ความต้องการแต่ละอย่างมีความสำคัญที่แตกต่างกัน มนุษย์จึงสามารถที่จะลำดับความสำคัญของความต้องการ (Hierarchy of Needs) และแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อนเมื่อสิ่งที่ต้องการบำบัดความต้องการของตนแล้วความจำเป็นในสิ่งนั้นจะหมดไป มนุษย์ก็จะเริ่มสนใจในความต้องการอย่างอื่นต่อไป ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดลำดับขั้นความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานการอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือความต้องการเพื่อความปลอดภัย ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในชีวิต ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง
3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Need) เช่น ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่อง (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายาม

มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความมี
ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self – actualization) เป็นความ
ต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้จะได้รับการยก
ย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

ภาพที่ 2.2: ภาพแสดงลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์



ที่มา: Maslow's Hierarchy of needs. (2015). Retrieved from
<http://www.simplypsychology.org/maslow.htm>.

2.6.2.2 แนวคิดทางด้านกระบวนการการรับรู้ (Perception)

เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายข้อมูล
เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มี
ต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความ
เชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการและอารมณ์ และปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น ขั้นตอนหรือ
กระบวนการรับรู้มี 4 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

- การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิด
โอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตัวเอง ตัวอย่างเช่น ผู้ชมโทรทัศน์เลือกที่จะเปลี่ยนช่องเมื่อข่าวหรือโฆษณานั้น
ไม่น่าสนใจ

- การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง

- ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) เป็นการตีความหมายข้อมูลที่รับเข้ามาว่ามีความเข้าใจตามที่นักการตลาดกำหนดไว้หรือไม่ ถ้าเข้าใจก็จะนำไปสู่ขั้นต่อไป การตีความขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อถือและประสบการณ์

- การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Retention) การที่ผู้บริโภคจดจำบางส่วนของข้อมูลที่เขาได้เห็น ได้อ่าน หรือได้ยิน หลังจากการเปิดรับและเกิดความเข้าใจแล้ว นักการตลาดต้องพยายามสร้างให้ข้อมูลอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค ซึ่งความจำของผู้บริโภคจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

2.6.2.3 แนวคิดการเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) จะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎี สิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (Stimulus-Response) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย (ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น) เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (เป็นการตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง ทัศนคติ ความเชื่อและประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้นจะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้คุณค่าในสายตาลูกค้า ตัวอย่างการจัดการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปการแจกของตัวอย่างจะมีอิทธิพลทำให้เกิด คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่ากิจกรรมการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อสินค้าไม่ซื้อสินค้าก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

2.6.2.4 แนวคิดด้านบุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพ (Personality) เป็นโครงสร้างทางจิตวิทยาเกี่ยวกับเรื่องความเข้าใจตัวเองของบุคคล คุณลักษณะท่าทางและบทบาท บุคลิกภาพ หมายถึง ผลรวมของแบบแผนของคุณลักษณะของบุคคลแต่ละคนที่ทำให้เขามีลักษณะเฉพาะตัว

ความเข้าใจตนเอง (The Self-Concept or Self Image) เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ความเข้าใจตนเองเป็นวิธีการที่บุคคลเข้าใจหรือมองตัวเองว่าเป็นอย่างไร ความเข้าใจตนเองของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากสัญชาตญาณและการเรียนรู้ที่เกิดจากความต้องการทางจิตวิทยาและความต้องการทางร่างกาย บุคคลมักจะชอบซื้อสินค้าหรือตราयीี่ห้อที่ตรงกับ ความเข้าใจตนเอง นักการตลาดได้ทราบถึงความเข้าใจตนเองของผู้บริโภคจะช่วยให้การการตลาดสามารถคาดได้ว่าอะไรคือเป้าหมายของผู้บริโภค

คุณลักษณะท่าทางของบุคลิกภาพ (Personality Trait) ลักษณะบุคลิกภาพของคนสามารถกำหนดได้หลายอย่าง เช่น ชอบอิสระ เป็นคนกันเอง เป็นคนขี้สงสาร เป็นคนชอบแข่งขัน เป็นต้น สินค้าบางอย่างได้ถูกกำหนดให้นำมาดึงดูดใจตามลักษณะบุคลิกภาพของผู้บริโภค

บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดความชอบส่วนตัวที่มีอยู่ในใจซึ่งจะแสดงออกมาให้เห็นในลักษณะการเลือกซื้อและเลือกใช้สินค้าและบริการที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพภายในของตนเอง

2.6.2.5 แนวคิดทัศนคติ (Attitudes)

Kotler (1997, p.188 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2541, หน้า 92) ทัศนคติหมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พอใจของบุคคลด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิด

ทัศนคติ (Attitudes) เป็นปัจจัยภายในที่นักจิตวิทยาหลายคนเชื่อว่าทัศนคติเป็นตัวที่ทำให้เกิดการตอบสนองในระหว่างบุคคลออกมาแตกต่างกัน หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้การตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรืออาจหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าทั้งสองค่านี้นี้ต่างส่งผลสะท้อนถึงความรู้สึกทั้งในทางบวกและทางลบต่อสินค้าหรือบริการหรือตราหือของสินค้าได้

องค์ประกอบของทัศนคติเป็นสิ่งจำเป็นของนักการตลาด องค์ประกอบของทัศนคติมีด้วยกัน 3 ส่วน คือ ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม โดยมีรายละเอียดของแต่ละตัวดังนี้

1. ความเข้าใจ (Cognitive) เป็นส่วนของจิตใจที่บุคคลสร้างขึ้น ได้แก่ความสามารถในการคิดและการมีเหตุผล องค์ประกอบส่วนนี้มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพราะผู้บริโภคต้องเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าก่อน ดังนั้นข้อความที่โฆษณา ป้ายฉลากสินค้า และคู่มือวิธีการทำงานของสินค้า ควรจะต้องนำเสนอในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจได้

2. ความรู้สึก (Affective) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสินค้าใดๆซึ่งอารมณ์เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

3. พฤติกรรม (Conative) เป็นส่วนที่หมายถึง แนวโน้มของการกระทำที่เกิดจากทัศนคติ ส่วนของพฤติกรรมจะส่งผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นภายหลังของเขา นักการตลาดอาจต้องค้นหาข้อมูลความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเพื่อเป็นการวัดถึงองค์ประกอบทัศนคติส่วนของพฤติกรรม ความตั้งใจเป็นการวางแผนการกระทำที่จะมีขึ้นในอนาคตที่กำหนดไว้

2.6.3 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความพยายาม โดยอาศัยทั้งปัจจัยภายในและภายนอกซึ่งเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อจะมีลำดับขั้นดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภครู้สึกถึงความต้องการซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน เช่น ความหิว หรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น ได้เห็นโฆษณา หรือเห็นตัวสินค้าแล้วเกิดความต้องการขึ้น

2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการแล้วลำดับขั้นต่อไปก็คือการค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจ การค้นหาอาจกระทำขึ้นโดยสัญชาตญาณและรวดเร็วหรืออาจต้องมีการใช้ความพยายามและการวิเคราะห์ข้อมูล

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลังจากขั้นตอนการค้นหาข้อมูลแล้วผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องของความพอใจส่วนบุคคล เช่น ชื่อเสียงของตราสินค้า แบบ หรือสี เป็นต้น จากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคสามารถรู้ถึงทางเลือกที่เป็นไปได้ ถ้าทางเลือกที่เป็นไปได้มีเพียงทางเลือกเดียว การประเมินผลก็ทำได้ง่าย แต่บางครั้งทางเลือกที่ได้มีหลายแบบ ดังนั้นผู้บริโภคต้องพิจารณาเลือกทางเลือกให้เกิดความพอใจมากที่สุด ดังนั้นนักการตลาดส่วนใหญ่จึงสนใจที่จะศึกษาถึงเกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้สำหรับการประเมินผลทางเลือกต่างๆ

4. การซื้อ (Purchase) หลังจากพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็ต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้วการประเมินผลที่ได้จากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดควรจะต้องทราบเพราะจะมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย

2.7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix 7Ps vs 7Cs)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

2.7.1 ด้านสินค้า (Product/Customer) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆโดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2.7.2 ด้านราคา (Price/Cost) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

2.7.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Convenience) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

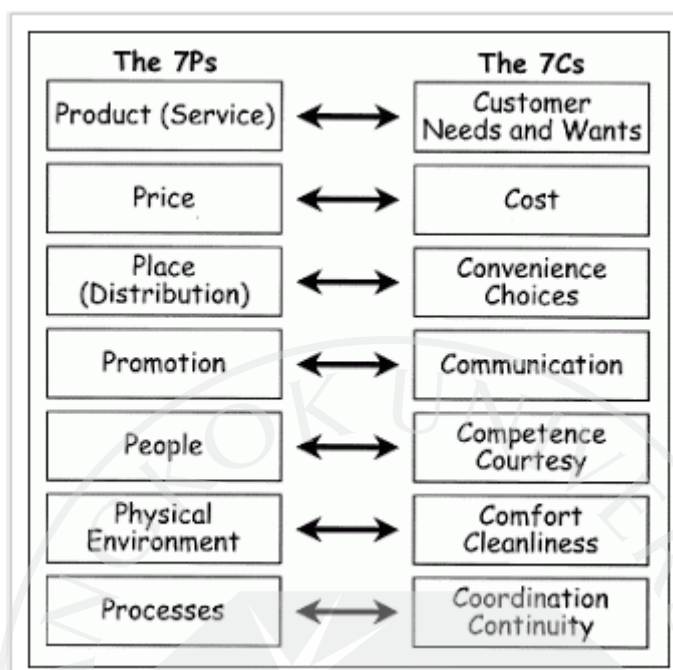
2.7.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion/Communication) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

2.7.5 ด้านบุคคล (People/Competence) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันคู่แข่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

2.7.6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation/Comfort) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

2.7.7 ด้านกระบวนการ (Processes/Coordination) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ภาพที่ 2.3: แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง 7Ps /7Cs



ที่มา: มุมมองทางการตลาด. (2558). สืบค้นจาก <http://golfweerawat.blogspot.com/2013/04/7ps-vs-7cs.html>.

2.8 เครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาด SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสิ่งแวดล้อมภายใน โอกาสและภัยคุกคามจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ดังนี้

2.8.1 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis)

Strengths Analysis คือ การวิเคราะห์จุดแข็งภายในองค์กร ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ในด้านจุดแข็งทางการตลาด จุดแข็งทางการเงิน จุดแข็งทางการผลิต จุดแข็งทางด้านบุคลากร

Weaknesses Analysis คือ การวิเคราะห์จุดอ่อนภายในองค์กร ประกอบไปด้วยปัญหาหรือข้อเสียของสิ่งแวดล้อมภายใน ในด้านจุดอ่อนทางการตลาด จุดอ่อนทางการเงิน จุดอ่อนทางการผลิต จุดอ่อนทางด้านบุคลากร

2.8.2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (Opportunity and Threat Analysis)

Opportunity Analysis คือ การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดใหม่ๆ

ข้อได้เปรียบซึ่งจะต้องวิเคราะห์จาก

สิ่งแวดล้อมภายนอกประกอบไปด้วย

1. สิ่งแวดล้อมจุลภาค ได้แก่ ลูกค้าหรือตลาด คู่แข่ง ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง
2. สิ่งแวดล้อมมหภาค ได้แก่ ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม

การเมืองและกฎหมาย ทรัพยากรทางธรรมชาติ

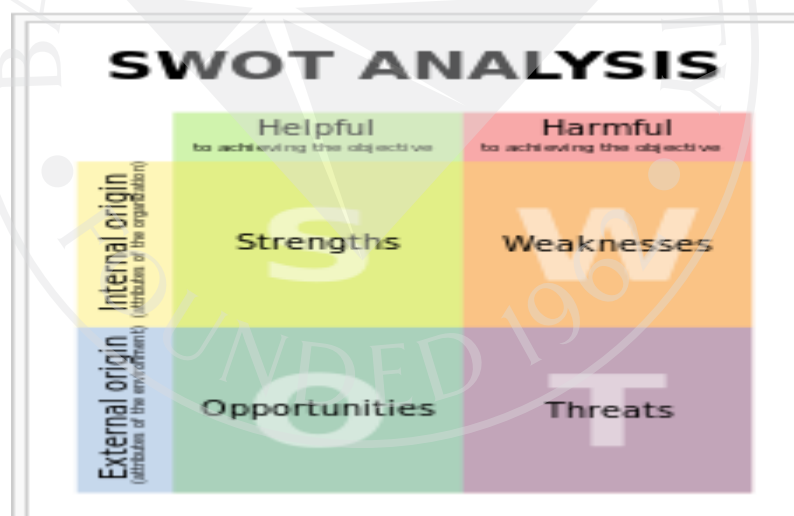
Threat Analysis คือ การวิเคราะห์ภัยคุกคามที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจของเราไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ซึ่งวิเคราะห์จาก

สิ่งแวดล้อมภายนอกประกอบไปด้วย

1. สิ่งแวดล้อมจุลภาค ได้แก่ ลูกค้าหรือตลาด คู่แข่ง ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง
2. สิ่งแวดล้อมมหภาค ได้แก่ ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม

การเมืองและกฎหมาย ทรัพยากรทางธรรมชาติ

ภาพที่ 2.4: ภาพแสดงแนวคิด SWOT Analysis



ที่มา: *SWOT Analysis*. (2015). Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Swot_analysis.

2.9 แนวคิดโมเดลแรงกดดัน 5 ประการ (The Five Forces Model for Competition)

Michael E. Porter ได้พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางการแข่งขัน อิทธิพลเหล่านี้จะพิจารณาถึงลักษณะและขอบเขตในการแข่งขัน เช่น ศักยภาพ การสร้างกำไร ความเข้าใจในอิทธิพล 5 ประการ จะช่วยให้ผู้บริหารพิจารณาถึงการบริหารกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดและสามารถป้องกันตัวเองได้ภายในอุตสาหกรรม ทุกองค์การจะได้รับอิทธิพลจากคู่แข่งทั้งสิ้น สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ถือว่าเป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่ใกล้ชิดและมีอิทธิพลต่อองค์การมากที่สุด สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันประกอบด้วย อิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันทั้ง 5 ประการ นี้ศึกษาได้จากแบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ ดังต่อไปนี้

แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ ประกอบไปด้วย

1. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ (New Entrants) การที่คู่แข่งใหม่เข้ามาแย่งลูกค้า นั้นจะทำให้ยอดขายลดลงและกำไรลดลงด้วย ตัวอย่าง สำนักพิมพ์หนังสือวิชาการแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันมากมาย ผู้ประกอบการมีวิธีการแก้ไขคือ ต้องปรับปรุงหนังสือเล่มเดิมที่กำลังจะล้าสมัยให้มีจุดแข็งทางด้านความทันสมัย มีทฤษฎีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นและถ่ายทอดให้เกิดความเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น

2. อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers) ผู้ขายปัจจัยการผลิตจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตซึ่งทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ถ้าผู้ขายปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตจะมีผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิต และมีผลกระทบต่อราคาสินค้าด้วย ตัวอย่าง ต้นทุนของกระดาษซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตหนังสือสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตหนังสือจำเป็นต้องขึ้นราคา แต่การขึ้นราคานี้จะมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อของลูกค้าทำให้ปริมาณความต้องการซื้อ ลดลงอย่างมาก ซึ่งจะทำให้รายได้และกำไรลดลงด้วย ในกรณีนี้ก็จะเกิดอุปสรรคทำให้ไม่สามารถขึ้นราคาได้

3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers) เป็นอุปสรรคที่สำคัญมาก โดยเฉพาะในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งผู้บริโภคไม่มีอำนาจซื้อ ดังนั้นสินค้าบางชนิดถึงแม้ว่าต้นทุนจะสูงขึ้น ผู้ผลิตก็จำเป็นต้องรักษาระดับราคาเดิมเอาไว้เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ เพราะถึงจะขายในราคาเดิมก็ขายยากอยู่แล้ว ถ้าหากว่าขึ้นราคาใกล้เคียงกันอีกด้วย ตัวอย่าง ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ นักเรียนนักศึกษาที่มีอำนาจการต่อรองสูง ถ้าตั้งราคาหนังสือสูงขึ้นก็จะทำให้นักศึกษาหันไปถ่ายเอกสารแทนการซื้อหนังสือเนื่องจากว่าราคาจะถูกกว่า ดังนั้นเจ้าของกิจการจึงต้องรักษาระดับราคาไว้ไม่ให้สูงขึ้นมากจนเกินไป

4. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์หรือบริการทดแทน (Substitutes) จะเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าในการซื้อ ยิ่งจำนวนของสินค้าทดแทนมากขึ้นเท่าใด กำไรส่วนเกินก็ยิ่งมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเปลี่ยนอุปสรรคเป็นโอกาส โดยที่ธุรกิจจะต้องพยายามสร้างคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างเหนือกว่า

คู่แข่งชั้น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ตัวอย่าง ตำราทางวิชาการแต่ละเล่มก็จะ มีตำราของคู่แข่งชั้นอื่นหรือบริการถ่ายเอกสารในราคาแผ่นละ .50 บาท ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ ทดแทนกันได้

5. ระดับการแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม (Rivalry Among Existing Firms) ในแต่ละ อุตสาหกรรมจะมีการแข่งขันกันมากขึ้น จึงทำให้ยอดขายและกำไรลดลง ตัวอย่าง ธุรกิจสำนักพิมพ์ซึ่ง มีคู่แข่งชั้นที่เป็นสำนักพิมพ์อื่น ๆ มากมาย

2.10 กระบวนการเปรียบเทียบวัด Benchmarking

Benchmarking คือกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และ แลกเปลี่ยนวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) กับองค์กรอื่นภายใต้กฎกติกาสากลโดยมีแนวคิดว่า องค์กรใดองค์กรหนึ่งนั้นไม่ได้เก่งไปทุกเรื่องมีองค์กรที่เก่งกว่าในบางเรื่อง ดังนั้นการศึกษาจาก ประสบการณ์ตรงขององค์กรอื่นแล้วนำมาประยุกต์ให้เหมาะสม จะช่วยประหยัดเวลาและลดการ ดำเนินงานแบบลองผิดลองถูกทำให้ทราบถึงศักยภาพหรือขีดความสามารถที่แท้จริงขององค์กรของ ตนเองทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

Benchmarking จึงเป็นเส้นทางลัดสู่ความเป็นเลิศอย่างก้าวกระโดด ผลที่ได้รับจากการ ทำ Benchmarking คือทำให้รู้ว่าใครหรือองค์กรใดเป็นผู้ปฏิบัติได้ดีที่สุดและมีวิธีปฏิบัติอย่างไร เพื่อ องค์กรอื่นจะนำมาปรับปรุงผลการดำเนินงานของตนโดยเลือกสรรและนำวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเหล่านั้น ไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานของตนเองซึ่งไม่ใช่การลอกเลียนแบบแต่เป็นการสร้างสรรค์ ผลงานใหม่ๆอันเกิดจากการเรียนรู้

2.10.1 ความหมายของ Benchmarking, Benchmark และ Best Practices

Benchmarking คือวิธีการในการวัดและเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์ บริการและวิธีการปฏิบัติกับ องค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่าเพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรของตนเองเพื่อ มุ่งสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจ

Benchmark คือเกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะ ที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการวัด เปรียบเทียบความสามารถโดยมีนัยที่แสดงถึงว่าผู้ที่ดีที่สุดหรือเก่งที่สุด คือต้นแบบที่ผู้อื่นจะใช้วัดเพื่อ เปรียบเทียบความสามารถของตนเอง

Best Practices คือวิธีการปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือคือการปฏิบัติที่นำให้ องค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือมีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศอย่างเห็นได้ชัด มีส่วน สำคัญที่ทำให้ผลการดำเนินงานเป็นเลิศได้รับการยอมรับจากบุคคลหรือองค์กรที่เชื่อถือได้ได้รับการ ยอมรับจากลูกค้าและผู้ส่งมอบเป็นจำนวนมากทำซ้ำได้ แสดงผลลัพธ์เชิงปริมาณที่เป็นที่ยอมรับ/ วัดผลได้

2.10.2 ประเภทของ Benchmarking

สามารถแบ่งประเภทของ Benchmarking ได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ

2.10.2.1 การแบ่งประเภทตามวัตถุประสงค์ของการทำ Benchmarking

2.10.2.2 การแบ่งประเภทตามผู้ที่เราไปเปรียบเทียบด้วย

2.10.2.1 การแบ่งประเภทตามวัตถุประสงค์ของการทำ Benchmarking

การแบ่งประเภทหลักตามวัตถุประสงค์ของการทำ Benchmarking สามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยที่เฉพาะเจาะจง ได้ 4 ประเภทย่อย คือ

- Performance Benchmarking (Result Benchmarking)
- Process Benchmarking
- Product Benchmarking (Customer Satisfaction Benchmarking)
- Strategy Benchmarking

2.10.2.1.1 Performance Benchmarking (Result Benchmarking)

เป็นการเปรียบเทียบเฉพาะผลของการปฏิบัติงานหรือตัวชี้วัดระหว่างเราและคู่แข่งเปรียบเทียบ เพื่อดูความสามารถในการปฏิบัติของกิจกรรมหรือผลลัพธ์การทำงานของกระบวนการต่างๆ ว่าเป็นอย่างไร เป็นการเปรียบเทียบตัวเลขเพื่อบอกให้องค์กรรับทราบว่าขณะนี้สถานการณ์ขององค์กรเป็นอย่างไร มีจุดอ่อนจุดแข็งตรงไหน

2.10.2.1.2 Process Benchmarking

เป็นการเปรียบเทียบกระบวนการทำงานหรือวิธีการปฏิบัติงานระหว่างองค์กรเรากับองค์กรอื่นโดยเน้นการเรียนรู้วิธีการปฏิบัติที่ดีจากองค์กรอื่นเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรของตนเอง

เป็นที่นิยมมากเพราะก่อให้เกิดนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ สามารถที่จะตอบคำถามได้ว่าองค์กรที่มีการปฏิบัติที่ดีนั้นเขาทำได้อย่างไร

เป็นที่มาของการค้นหาวิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) สามารถทำได้ทั้งกระบวนการธุรกิจกระบวนการสนับสนุน และกระบวนการบริหารจัดการ

2.10.2.1.3 Product Benchmarking (Customer Satisfaction Benchmarking)

เป็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในคุณลักษณะใดของสินค้านิยมทำในสินค้ากลุ่มที่เป็นเทคโนโลยีหรือสินค้าบริการที่ต้องตามแฟชั่น

2.10.2.1.4 Strategy Benchmarking

เป็นการเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างองค์กรเรากับองค์กรที่ประสบความสำเร็จ
ในด้านการวางกลยุทธ์ ส่วนใหญ่จะเป็นองค์กรที่มีประวัติความอยู่รอดมายาวนานหรือประสบ
ความสำเร็จด้านธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

2.10.2.2. การแบ่งประเภทตามผู้ที่เราไปเปรียบเทียบด้วย

การแบ่งประเภทหลักตามผู้ที่เราไปเปรียบเทียบด้วยในการ
ทำ Benchmarking สามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยที่เฉพาะเจาะจง ได้ 4 ประเภทย่อยคือ

- Internal Benchmarking
- Competitive Benchmarking
- Industry Benchmarking
- Generic Benchmarking (Functional Benchmarking)

2.10.2.2.1 Internal Benchmarking

เป็นการเปรียบเทียบตัววัดหรือความสามารถในการปฏิบัติกับผู้ที่อยู่ภายใน
องค์กรเดียวกันหรือภายใต้กลุ่มบริษัทในเครือเดียวกันพบทั่วไปในองค์กรชั้นนำที่มีเครือข่ายทั่วโลก
ส่วนใหญ่จะนำไปสู่การสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Work Standard) ให้แก่องค์กรและกลุ่มภายใน
องค์กร

เนื่องจากทุกหน่วยงานจะเรียนรู้วิธีปฏิบัติจากผู้ที่เกี่ยวข้อง และสร้างรูปแบบที่
เป็นวิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) ของกลุ่มขึ้นมาซึ่งจะกลายเป็นมาตรฐานที่ทุกหน่วยงาน
หรือทุกองค์กรในกลุ่มต้องปฏิบัติตาม

2.10.2.2.2 Competitive Benchmarking

เป็นการทำ Benchmarking กับผู้ที่เป็นคู่แข่ง (Competitor) โดยเป็นการ
แลกเปลี่ยนที่อยู่ในระดับพื้นฐานของความสบายใจกันทั้งสองฝ่าย ให้ผลในเชิงของการซื้อขององค์กรถึง
ตำแหน่งของตนในธุรกิจนั้นๆ และซื้อไปถึงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนจุดแข็งของตนมากกว่าการเรียนรู้ที่จะ
ก่อให้เกิดนวัตกรรมการปรับปรุง

2.10.2.2.3 Industry Benchmarking

เป็นการเปรียบเทียบกับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่ใช่ผู้ที่เป็นคู่แข่ง
โดยตรง เพราะกระบวนการทางธุรกิจมีความคล้ายคลึงกันในส่วนที่สามารถเปรียบเทียบกันได้
เนื่องจากอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2.10.2.2.4 Generic Benchmarking (Functional Benchmarking)

เป็นการทำ Benchmarking กับองค์กรใดก็ตาม ที่มีความเป็นเลิศใน
กระบวนการทำงานนั้นๆ ที่อาจมีธุรกิจที่แตกต่างจากเราโดยสิ้นเชิงเป็นการมุ่งหวังที่จะค้นหาผู้มีความ

เป็นเลิศ (Best Practices) จริงๆของกระบวนการจากธุรกิจทั้งหมด เป็นการก่อให้เกิดนวัตกรรมการปรับปรุงใหม่ๆ ได้ดีที่สุด ให้ความรู้ใหม่ๆและให้มุมมองใหม่ๆ

2.10.3 แนวทางการทำ Benchmarking

แนวทางการทำ Benchmarking สามารถเลือกทำได้ 2 แนวทางคือ

2.10.3.1 แนวทางการทำ Benchmarking แบบกลุ่ม

2.10.3.2 แนวทางการทำ Benchmarking แบบเดี่ยว

2.10.3.1.แนวทางการทำ Benchmarking แบบกลุ่ม

เป็นการทำ Benchmarking โดยเข้าไปรวมกลุ่มกับองค์กรอื่นที่มีความต้องการจะ
ทำ Benchmarking เหมือนกันทำให้ประหยัดเวลาในการดำเนินการเป็นการสร้างเครือข่ายการ
แลกเปลี่ยนข้อมูลที่ติดต่อฟังเสียงข้างมากของทุกองค์กรในกลุ่มว่าต้องการเน้นหรือ
ทำ Benchmarking ในเรื่องไหน แบบไหน หากหัวข้อ Benchmarking ที่กลุ่มต้องการทำไม่ตรงกับ
ความต้องการของเราเท่าที่ควรประโยชน์ที่ได้รับก็อาจจะน้อยลงไป

2.10.3.2.แนวทางการทำ Benchmarking แบบเดี่ยว

เป็นการที่องค์กรสามารถเลือกหัวข้อที่ตนเองมีความสนใจที่จะทำ Benchmarking ได้
สามารถเลือกผู้ที่จะเป็นคู่เปรียบเทียบได้แต่ขึ้นอยู่กับว่าองค์กรที่เราไปขอเปรียบเทียบกับนั้นมีความ
ประสงค์จะแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเราหรือไม่

2.10.4 ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมของการทำ Benchmarking (Preparation Stage)

ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมของการทำ Benchmarking ประกอบไปด้วย

- ความมุ่งมั่นจริงจังของผู้บริหารระดับสูงและการสนับสนุนในเรื่องทรัพยากร
- การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบระดับสูง
- การให้การฝึกอบรมผู้ที่เกี่ยวข้อง
- การเลือกวิธีการการทำ Benchmarking (เดี่ยวหรือกลุ่ม)
- ความพร้อมของทีมงานรวมถึงความเข้าใจและปฏิบัติตามจรรยาบรรณของการ

ทำ Benchmarking (Code of Conduct)

- การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

2.10.4.1 ความมุ่งมั่นจริงจังของผู้บริหารระดับสูงและการสนับสนุนในเรื่องทรัพยากร

ผู้บริหารต้องมีความมุ่งมั่นและเอาจริงในการนำ Benchmarking มาปรับปรุงองค์กรมี
การให้นโยบายที่ชัดเจน การติดตามผลอย่างใกล้ชิดการช่วยแก้ปัญหา/อุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น

ผู้บริหารให้การสนับสนุนในเรื่องทรัพยากร การทำ Benchmarking ต้องใช้ปัจจัยทั้งในด้านกำลังเงิน คน และเวลาในการทำกิจกรรมผู้บริหารต้องสามารถจัดสรรทรัพยากรดังกล่าวมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมได้อย่างเพียงพอ

2.10.4.2 การแต่งตั้งผู้รับผิดชอบระดับสูง

มีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบระดับสูง (Benchmarking Sponsor) ทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานของทีม กำกับดูแล และให้ความช่วยเหลือแก่ทีมและประสานงานระหว่างผู้บริหารระดับสูง และทีมงานในการรายงานความคืบหน้าของผลการทำงานเป็นระยะๆ การให้การฝึกอบรมผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถดำเนินงานภายใต้กรอบความเข้าใจและทิศทางเดียวกัน

2.10.4.3 การเลือกวิธีการการทำ Benchmarking (เดี่ยวหรือกลุ่ม)

หากเป็นแบบกลุ่มต้องเข้าไปรวมกลุ่มกับองค์กรอื่นหากเป็นแบบเดี่ยวก็ต้องวางแผนว่าจะเริ่มต้นดำเนินการอย่างไร

2.10.4.4 ความพร้อมของทีมงานรวมถึงความเข้าใจเข้าใจและปฏิบัติตาม

จรรยาบรรณของการทำ Benchmarking (Code of Conduct)

เป็นการพิจารณาว่าบุคลากรมีความพร้อมมากน้อยเพียงไรมีการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมต่างๆ ที่มีอยู่เสียก่อนทีมงาน Benchmarking ควรทำความเข้าใจศึกษาถึงจรรยาบรรณของการทำ Benchmarking ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการปฏิบัติ

2.10.4.5 การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

เป็นการให้ความรู้และเน้นย้ำประเด็นสำคัญว่าทำไมต้องทำ Benchmarking องค์กรและพนักงานจะได้ประโยชน์อย่างไรและเป็นการสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้น

2.10.5 จรรยาบรรณของการทำ Benchmarking (Code of Conduct)

The International Benchmarking Clearinghouse, American Productivity & Quality Center (APQC) ซึ่งเป็นหน่วยงานของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ทำหน้าที่รณรงค์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ รวมทั้งกิจกรรมการทำ Benchmarking ได้บัญญัติจรรยาบรรณของการทำ Benchmarking ขึ้นมา ประกอบด้วย 8 หัวข้อดังนี้ คือ

2.10.5.1 หลักการด้านกฎหมาย (Principle of Legality)

ประกอบไปด้วย

- หากมีข้อสงสัยว่าการดำเนินการจะถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ให้ปรึกษาที่ปรึกษาด้านกฎหมายก่อน

- หลีกเลี่ยงการสนทนาหรือกิจกรรมใดๆ ที่อาจนำไปสู่ผลประโยชน์จากการกีดกันทางธุรกิจการวางแผนการตลาด และ/หรือการหาลูกค้า การกำหนดราคา การตกลงซื้อขายการประมูล หรือการให้สินบน และไม่แลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องต้นทุนกับคู่แข่งหากต้นทุนดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดราคา

- ละเว้นการใช้วิธีการที่ไม่เหมาะสมในการได้มาซึ่งความลับทางธุรกิจซึ่งรวมทั้งการเปิดเผยความลับ หรือการทำให้ความลับถูกเปิดเผยและจะต้องไม่เปิดเผยหรือใช้ความลับทางธุรกิจที่ได้มาอย่างไม่ถูกต้องด้วย

- ในฐานะที่ปรึกษาหรือองค์กรที่ทำ Benchmarking จะต้องปกปิดแหล่งที่มาของข้อมูลก่อนจึงจะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการทำ Benchmarking ไปเปิดเผยให้ผู้อื่นทราบได้

2.10.5.2 หลักการด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Principle of Exchange)

ประกอบไปด้วย

- เติมใจในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในรูปแบบและชนิดเดียวกันกับที่ขอจากคู่เปรียบเทียบ
- ต้องชี้แจงและสื่อวัตถุประสงค์และความคาดหวังให้ชัดเจนตั้งแต่ต้นเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดและเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูล

- แลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นจริงและสมบูรณ์

2.10.5.3 หลักการด้านความลับ (Principle of Confidentiality)

ประกอบไปด้วย

- รักษาข้อมูลที่ได้รับจากการทำ Benchmarking เป็นความลับและจะต้องไม่เปิดเผยข้อมูลที่ได้รับให้ผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำ Benchmarking นั้นๆ ก่อนได้รับการยินยอมจากองค์กรที่ให้ข้อมูล

- ไม่เปิดเผยชื่อขององค์กรที่ทำ Benchmarking ด้วยให้ผู้อื่นทราบโดยไม่ได้รับอนุญาตจากองค์กรนั้นๆ ก่อน

2.10.5.4 หลักการด้านการใช้ข้อมูล (Principle of Lese)

ประกอบไปด้วย

- ใช้ข้อมูลที่ได้จากการทำ Benchmarking ตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งแก่คู่เปรียบเทียบ
- การใช้หรือสื่อข้อมูลหรือวิธีปฏิบัติที่มีชื่อคู่เปรียบเทียบอยู่ด้วยนั้นจะต้องได้รับอนุญาตจากคู่เปรียบเทียบก่อน

- ไม่นำรายชื่อบุคคลที่ติดต่อหรือข้อมูลในการติดต่อที่ได้จาก International Benchmarking Clearinghouse ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการทำ Benchmarking และสร้างเครือข่าย

2.10.5.5 หลักการด้านการติดต่อ (Principle of Contact)

ประกอบไปด้วย

- เคารพวัฒนธรรมองค์กรของคู่เปรียบเทียบและดำเนินการตามขั้นตอนที่ตกลงร่วมกัน
- ติดต่อผ่านบุคคล/ช่องทางที่คู่เปรียบเทียบกำหนดให้ถ้าคู่เปรียบเทียบต้องการ
- ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนผู้รับผิดชอบในการติดต่อจะต้องได้รับการยินยอมจากคู่

เปรียบเทียบด้วย

- ไม่เปิดเผยชื่อของบุคคลที่ติดต่อก่อนได้รับการยินยอมจากบุคคลดังกล่าว
- หลีกเลี่ยงการเปิดเผยชื่อบุคคลที่ติดต่อในที่สาธารณะโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบุคคล

ดังกล่าว

2.10.5.6 หลักการด้านการเตรียมตัว (Principle of Preparation)

ประกอบไปด้วย

- ต้องเตรียมตัวให้พร้อมก่อนติดต่อกับคู่เปรียบเทียบเพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการทำ Benchmarking อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

- เตรียมตัวให้พร้อมล่วงหน้าก่อนแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อจะได้ใช้เวลาของคู่เปรียบเทียบอย่างคุ้มค่าที่สุด

- ส่งกำหนดการและคำถามให้คู่เปรียบเทียบก่อนการไปเยี่ยมชมเพื่อช่วยให้คู่เปรียบเทียบมีเวลาเตรียมตัว

2.10.5.7 หลักการด้านการทำให้สำเร็จ (Principle of Completion)

ประกอบไปด้วย

- ปฏิบัติตามข้อตกลงที่ทำกับคู่เปรียบเทียบให้ทันเวลา
- ทำ Benchmarking ให้เสร็จเรียบร้อยตามที่ตกลงร่วมกับคู่เปรียบเทียบ

2.10.5.8 หลักการด้านความเข้าใจและการปฏิบัติ (Principle of Understanding and Action)

ประกอบไปด้วย

- เข้าใจถึงสิ่งที่คู่เปรียบเทียบต้องการให้เราปฏิบัติต่อเขา
- ปฏิบัติต่อคู่เปรียบเทียบตามที่เขาต้องการ
- เข้าใจและใช้ข้อมูลตามวิธีการที่คู่เปรียบเทียบต้องการให้ใช้

2.11 แนวคิดจิตวิทยาการบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551) การบริการ (Service) หมายถึง การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น แต่ในเชิงธุรกิจ ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2552) กล่าวว่า “การ

บริการหมายถึง การที่ให้ผู้บริการหรือผู้ขายให้การช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ ความสุข ภาย ความสุขใจหรือความสะดวกสบายให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้ว อาจเกิดความประทับใจหรือไม่ประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น”

2.11.1 ความพึงพอใจของลูกค้า

Aday & Andersen (1975, pp. 58-60 อ้างใน จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551, หน้า 37) ได้ศึกษาโดยการสอบถามลูกค้าว่า สิ่งใดที่ผู้รับบริการและหากได้รับสิ่งนั้นแล้วจะทำให้เกิดความพึงพอใจอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้ นำมาจัดกลุ่มความพึงพอใจของลูกค้า ได้ 6 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรับบริการไม่นาน
- ความเป็นระเบียบของหน่วยงานบริการ
- ลักษณะสถานที่ของหน่วยงานบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (Co-ordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- การได้รับบริการทั้งหมดตามความต้องการ
- การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อลูกค้า

กลุ่มที่ 3 อธิยาศัยและความสนใจต่อลูกค้า (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- คำพูดเชิงบวก
- บุคลิกภาพที่น่าเลื่อมใส
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- ความเอาใจใส่ตลอดเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆเกี่ยวกับการรับบริการ
- ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้หรือกรณีของธุรกิจ

พยาบาล เช่น ต้องการข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับสาเหตุและอาการของโรค รวมทั้งวิธีการปฏิบัติตนของผู้ป่วย เป็นต้น

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของการบริการ (Quality of Service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจบริการการซ่อมรถยนต์ รถยนต์ต้องไม่เสียบ่อย

ธุรกิจพยาบาลที่มีคุณภาพ คือ โรคต้องหาย และธุรกิจภัตตาคารนั้น คุณภาพอยู่ที่รสชาติอาหารต้องอร่อย เป็นต้น

กลุ่มที่ 6 ราคายุติธรรม (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- ราคายุติธรรม

- สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบลูกค้า

นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากันหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบกับคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงเท่ากันหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

2.11.2 ความคาดหวังของลูกค้า

ความคาดหวังของลูกค้าโดยทั่วไปแล้วขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้ (จิตตินันท์ นันทพิบูลย์, 2551)

2.11.2.1 ชื่อเสียง ผ่านทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์การเอง หากเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปว่าองค์กรนั้นมีชื่อเสียงในทางที่ดี หรือลูกค้าอาจได้ยินชื่อเสียงในทางใดทางหนึ่งเกี่ยวกับองค์กรนี้มา ก็ย่อมเกิดความคาดหวังบางประการกับการไปรับบริการ

2.11.2.2 คำบอกเล่าหรือคำพูดปากต่อปาก เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดตามเหตุผลที่ได้กล่าวตอนต้นแล้วว่า คำบอกเล่าปากต่อปากเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทรงพลังที่สุดหากมีผู้มาเล่าให้ลูกค้าฟังถึงประสบการณ์การบริการที่ดีที่ได้รับจากองค์กรนี้ ลูกค้าย่อมคาดหวังสูงว่าจะได้รับการบริการเช่นเดียวกับที่ได้รับฟังมา

2.11.2.3 ราคา ความคาดหวังแปรผันโดยตรงกับราคา/บริการ ลูกค้าย่อมคาดหวังสูงกับการบริการที่ราคาแพง

2.11.2.4 ความต้องการส่วนบุคคล ลูกค้าอาจเข้ามาใช้บริการด้วยวัตถุประสงค์และความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ผู้ที่ไม่มีความต้องการสิ่งใดเป็นพิเศษก็ย่อมคาดหวังน้อยแต่ผู้ที่มีความต้องการเป็นพิเศษย่อมคาดหวังมาก

2.11.2.5 ประสบการณ์ที่ผ่านมา หากลูกค้าเคยได้รับประสบการณ์ที่ดีในครั้งก่อน ก็ย่อมคาดหวังการบริการที่เท่ากับหรือดีกว่าบริการครั้งที่แล้ว

2.11.3 เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ

ในการซื้อสินค้าและบริการแต่ละครั้ง ลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าและบริการได้อย่างแท้จริง ดังนั้นลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อหลัก ดังนี้

2.11.3.1 ความเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

- ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา
- ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้

- ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

2.11.3.2 การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

- ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ

- มีความสุภาพอ่อนน้อม

- มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

2.11.3.3 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ดังนี้

- การให้บริการอย่างรวดเร็ว

- มีความยินดีที่จะให้บริการเสมอ

- มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

2.11.3.4 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดการเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขายระหว่างขายและหลังการขายได้ดังนี้

- ให้ความสนใจลูกค้า และให้ความเป็นกันเอง

- ให้บริการอย่างเอาใจใส่

- ถือเป็นประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ

- เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

2.11.3.5 รูปลักษณ์ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการมีดังนี้

- อุปกรณ์ทันสมัย

- เทคโนโลยีสูง

- ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ

2.12 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดธุรกิจศูนย์สุขภาพแบบองค์รวม ได้มีงานวิจัยสนับสนุนแนวคิดการจัดตั้งธุรกิจนี้ซึ่งสอดคล้องกับสภาพการเติบโตในปัจจุบันของธุรกิจศูนย์สุขภาพ

วรินทรา ศิริสุทธิกุล, มโน เลหาวิช, สุพาดา สิริกุดตา และ ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ (2557) แนวคิดธุรกิจสุขภาพองค์รวมในประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการเติบโต จึงมีผู้ประกอบการด้านสุขภาพ ทั้งใน รูปแบบสปา คลินิก ศูนย์สุขภาพ หรือ โรงพยาบาลทั้งเอกชนและรัฐบาล ให้ความสนใจในการขยายตลาด จากรูปแบบเดิมของ สปาไทย ซึ่งจะเน้นการดูแลสุขภาพเฉพาะส่วน มาเป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้ประกอบการด้านสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวหลักทั้ง 6 แห่งของ ประเทศไทย ได้แก่ สมุย ภูเก็ต เชียงใหม่ หัวหิน พัทยา และ กรุงเทพฯ มีความคิดเห็นตรงกันว่าประเทศไทยมีความเหมาะสมใน การเป็นศูนย์กลางรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่แนวคิดสุขภาพองค์รวม ยังถือเป็นแนวคิดใหม่ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านสุขภาพ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ ตรงกันในการตีความขอบเขตของการให้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวม ดังนั้น การให้การจำกัดความ แนวคิด “ธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย” จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการส่งเสริมการ ขยายธุรกิจ สุขภาพองค์รวมและการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการบริการของธุรกิจนี้ ส่วนปัจจัยสู่ความสำเร็จใน ทัศนะของ ผู้ประกอบการนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือด้านบุคลากร เนื่องจากได้รับการยอมรับจาก นานาชาติในด้านชื่อเสียง ทั้งบุคลากรทาง การแพทย์ เช่น แพทย์ และ พยาบาล และบุคลากรประจำ สถานประกอบการสปา (Spa Therapist) ที่มีความเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติยังชื่น ชอบการให้บริการโดยผู้ให้บริการชาวไทย เนื่องจากวัฒนธรรมไทยมีความอ่อนโยน ผู้ให้บริการมีมิตร ไมตรีจิตร์ต่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือนทุกชาติ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) ที่ไม่ต้องปรุง แต่ง จึงทำให้ประเทศไทยได้เปรียบในด้านทรัพยากรบุคคล ผู้ให้บริการซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบในธุรกิจ สุขภาพองค์รวมซึ่งเป็นธุรกิจที่เน้น การบริการเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีความคุ้มค่าเพราะราคาเมื่อ เทียบกับคุณภาพนั้น สามารถแข่งขันได้ กับ ประเทศอื่น ๆ ทั้งนี้ ความสำเร็จของการพัฒนาศูนย์ สุขภาพองค์รวมต้นแบบสู่ตลาดอาเซียนต้องอาศัยความร่วมมืออันดีของหน่วยงานทั้ง ภาครัฐ เอกชน นักท่องเที่ยว รวมทั้ง ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ต่อเนื่องและยั่งยืน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการจัดตั้ง “ศูนย์ฝึกโยคะในรูปแบบที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึก” แยกเป็นพฤติกรรมการใช้ศูนย์ฝึกโยคะและพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ วิธีการวิจัยที่ได้นำมาใช้ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ คือวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

3.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ การจัดการระดุก การนวด ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3.1.2 เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะที่มีการบริการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3.1.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะที่มีการบริการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3.2 ขั้นตอนในการศึกษา

การดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งค้นคว้าต่างๆ ได้แก่ เอกสาร หนังสือ งานวิจัย ทฤษฎีและการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต จากนั้นจึงได้สรุปประเด็นที่จะศึกษาและกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลังจากนั้นจึงวิเคราะห์และทำการเลือกเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการวิจัยและทำการสร้างเครื่องมือ หลังจากนั้นจึงนำเครื่องมือไปดำเนินการตรวจสอบในเรื่องของความเที่ยงตรง (Validity) และตรวจสอบในเรื่องของความเชื่อถือได้ (Reliability) เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือให้ได้ประสิทธิภาพพร้อมดำเนินการเก็บข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

3.3 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่จะศึกษาผู้ศึกษาได้กำหนดจากจำนวนประชากรวัยทำงาน ชาย – หญิง ที่มีอายุระหว่าง 15 – 59 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 3,804,183 ราย (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2558) และได้ทำการกำหนดขนาดประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาโดยใช้การเทียบตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของระดับจำนวนประชากรที่ 100,000 หน่วยขึ้นไป จึงได้จำนวนตัวอย่าง (n) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน (e) +5% อยู่ที่จำนวน 400 หน่วยประชากรที่จะศึกษา (Yamane, 1973. p. 1088) หลังจากนั้นผู้ศึกษาได้ใช้

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะเก็บข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีกิจกรรมการฝึกโยคะที่ศูนย์ฝึกในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งชาย – หญิง จำนวน 400 หน่วยประชากร

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิดและปลายเปิด และใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญในสายอาชีพที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการใช้ศูนย์ฝึกโยคะและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ศูนย์ฝึกโยคะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

โดยแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาจะส่งให้กลุ่มตัวอย่างอ่านและตอบคำถามด้วยตัวเอง ซึ่งแบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้และการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนข้อเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นที่มีต่อศูนย์ฝึกโยคะ

ส่วนแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ศึกษาได้กำหนดข้อคำถามที่จะสัมภาษณ์เป็นประเด็นหลักซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการดำเนินธุรกิจ โดยพยายามให้ข้อมูลครอบคลุมในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์สำคัญในการดำเนินการจัดตั้งโครงการต่อไป ผู้ศึกษาจึงได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์แบบเจาะจงเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย รวม 3 ท่าน เป็นดังนี้

1. ประสิทธิ์ คงทรัพย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กรกฎาคม 2558) ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การจัดการกระดูก คลินิกสิริภักดิ์การแพทย์

2. เพชรรัตน์ เจริญมิตร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2558) ครูผู้ฝึกสอนโยคะ สถาบันบางกอกโยคะ

3. ชาญพจน์ ตั้งตรงจิตร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กรกฎาคม 2558) ผู้จัดการศูนย์การนวด ศูนย์สุขภาพเขตะวัน

3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความถูกต้องของแบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยผู้ศึกษาได้นำรูปแบบของคำถามส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณาถึงความตรงทางด้านโครงสร้างเนื้อหา ตรวจสอบความเป็นปรนัยความสามารถในการนำไปใช้ของข้อคำถามแต่ละข้อในการที่จะสื่อสารได้ตรงตามจุดมุ่งหมายและทำให้ได้คำตอบที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และการทดสอบด้วยวิธีการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม (Validity Test) ว่าคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาหรือใหม่เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ที่เป็นเครื่องมือของงานวิจัย เพื่อยืนยันว่างานวิจัยนี้สามารถใช้ได้จริง โดยดำเนินขั้นตอนลักษณะ Try-out คือการตรวจสอบในครั้งเดียวเป็นความทดสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหาทั้งหมดเพื่อปรับปรุงแก้ไขต้นฉบับของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมก่อน ด้วยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Item Objective Congruence Index—IOC) ที่ต้องได้ค่าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 0.50 โดยผ่านทางผู้ทรงคุณวุฒิท่าน จากนั้นจึงนำแบบทดสอบไปทดลองใช้สอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะใกล้เคียงกับตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด แล้วทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) และทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity Test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha- α) ผลการวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8871

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง โดยได้แบ่งระดับชั้นของข้อมูลเป็น 2 ระดับชั้นดังนี้

3.6.1 ข้อมูลระดับปฐมภูมิ (Primary Source) ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร วิชาการ หนังสือ งานวิจัย ทฤษฎี และการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตรวมถึงการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นจากผู้รู้และผู้ชำนาญการเฉพาะด้านเพื่อนำไปเป็นข้อมูลศึกษาในการดำเนินงานวิจัยขั้นต่อไป

3.6.2 ข้อมูลระดับทุติยภูมิ (Secondary Source) ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความชำนาญในสาขาวิชาชีพและการวิจัยกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบเองโดยตรงโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดนำมาค่าทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เพื่อนำไปวิเคราะห์ใช้กับแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งทำการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำหรับการวิเคราะห์จะแยกเป็นดังนี้

3.7.1 ข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์จะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อนำมาวิเคราะห์

3.7.2 ข้อมูลทางด้านความคิดเห็นและทัศนคติจะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) เป็นการนำไปวิเคราะห์ใช้กับแบบสอบถามปลายเปิดที่เป็นส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงการ

3.8 การแปรผลข้อมูล

หลังจากการทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จึงทำการแปรผลข้อมูลซึ่งกระทำโดยใช้ 2 วิธี คือ

3.8.1 การหาผลโดยใช้ร้อยละเปอร์เซ็นต์

3.8.2 การใช้หลัก Likert Scale ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับแรงจูงใจมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับแรงจูงใจมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับแรงจูงใจปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับแรงจูงใจน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

การแสดงผลจะจัดแบ่งเป็นระดับอันตรภาคชั้นได้ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นนำค่าเฉลี่ยมาแจกแจง โดยแบ่งได้เป็นระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.80 คะแนน และกำหนดความหมายในแต่ละระดับมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 คะแนน หมายความว่า มากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 คะแนน หมายความว่า มาก

ระดับค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 คะแนน หมายความว่า ปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 คะแนน หมายความว่า น้อย

ระดับค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 คะแนน หมายความว่า น้อยที่สุด



บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันฝึกสอนโยคะแบบองค์รวมในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งลักษณะการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มาจากการสัมภาษณ์ และข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม โดยนำเสนอตามลำดับของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันฝึกโยคะแบบองค์รวมในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแผนการตลาดของธุรกิจ 3 ประเภทที่ผู้ศึกษาได้วางรูปแบบไว้สำหรับการจัดตั้งให้เป็นสถาบันฝึกสอนโยคะแบบองค์รวม ได้แก่ ธุรกิจสถาบันฝึกสอนโยคะ ธุรกิจการนวดบำบัดและธุรกิจการนวดจัดกระดูก ผู้ชำนาญการทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ (1) ประสิทธิ์ คงทรัพย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กรกฎาคม 2558) อาจารย์ผู้ฝึกสอนการนวดจัดกระดูก “โรงเรียนสิริภักดิ์การแพทย์” (2) ชาญพจน์ ตั้งตรงจิต (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2558) ผู้จัดการธุรกิจการนวดแผนไทย “ศูนย์สุขภาพเซตวัน” (3) เพชรรัตน์ เจริญมิตร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2558) ครูผู้ฝึกสอนโยคะ “โรงเรียนบางกอกโยคะ” บทสัมภาษณ์สรุปได้ตามธุรกิจดังนี้

4.1.1 ประสิทธิ์ คงทรัพย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 กรกฎาคม 2558) การนวดจัดกระดูก “โรงเรียนสิริภักดิ์การแพทย์แผนไทย”

- ความเป็นมาในการจัดตั้ง

เริ่มจากความตั้งใจของอาจารย์ประสิทธิ์ คงทรัพย์ ที่มีความตั้งใจอยากจะถ่ายทอดวิชาความรู้ที่ได้จบการศึกษามาทางด้านกายภาพบำบัดและการแพทย์แผนไทย ซึ่งประกอบไปด้วยเภสัชกรรมไทย เวชกรรมไทย นวดไทยและผดุงครรภ์ไทย เพื่อถ่ายทอดศาสตร์วิชาการความรู้ที่ถูกต้องในสาขา กายภาพบำบัดและการแพทย์แผนไทยให้คนที่สนใจทางด้านนี้ได้เข้ามาเรียนรู้ศาสตร์วิชาการรักษาที่ถูกต้องตามหลักการและสามารถนำไปปฏิบัติได้ถูกต้องเพื่อการบำบัดรักษาตัวเองหรือแม้กระทั่งนำไปประกอบวิชาชีพได้ จึงได้ริเริ่มจัดตั้งคลินิกเป็นของตัวเองในปี พ.ศ.2550 ซึ่งเป็นทั้งสถานพยาบาลบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยและเป็นโรงเรียนฝึกสอนการแพทย์แผนไทยไปพร้อมๆกัน

ด้วย ในชื่อ “สิริภักดิ์คลินิก” ภายใต้การรับรองของกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงศึกษาธิการ จนถึงปัจจุบัน

สำหรับประวัติโดยย่อของอาจารย์ประสิทธิ์ คงทรัพย์ ท่านจบการศึกษาปริญญาตรีทางด้านกายภาพบำบัดจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปี 2532 หลังจากนั้นก็ทำงานด้านกายภาพมาตลอด ต่อมาในปี 2545 ก็สนใจมาทำทางด้านการแพทย์แผนไทยมากขึ้นเพราะกำลังได้รับการพัฒนาขึ้นมา อาจารย์จึงได้ศึกษาทางแพทย์แผนไทยเพิ่มขึ้นและจบหลักสูตรปริญญาตรีการแพทย์แผนไทยรุ่นแรกจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ทั้งแผน ก. คือ แพทย์ เกสัช ผดุงครรภ์ หลังจากจบแล้วก็ได้รับใบประกอบโรคศิลป์ และอาจารย์ยังเป็นเป็นผู้บุกเบิกสมาคมแพทย์แผนไทยด้วย

- ความหมายและหลักวิธีการจัดกระดูก

การจัดกระดูกหรือไโครแพคติก (Chiropractic ชื่อเรียกในต่างประเทศ) ต่างกันที่ชื่อเรียกแต่วิธีการรักษาคล้ายและใกล้เคียงกัน แต่ไโครแพคติกต้องเรียนในต่างประเทศ ใช้ระยะเวลาเรียน 4-5 ปี ปัจจุบันได้รับอนุญาตให้มาประกอบโรคศิลป์ในประเทศไทยโดยต้องต่อใบอนุญาตทุก 2 ปี เป็นการเรียนรู้การปรับความสมดุลของกระดูก มีหลักแนวคิดอยู่ว่าแนวกระดูกสันหลังเป็นแนวที่มีความสำคัญ เพราะมีเส้นประสาทที่แยกไปเลี้ยงร่างกายถึง 31 คู่ มีไขสันหลังวิ่งไปเชื่อมต่อสมอง เส้นประสาท 31 เส้นคู่ไปเลี้ยงร่างกายและถ้ากระดูกสันหลังตัวนี้มันกด มันบิด มันเบี้ยวหรือมันเคลื่อนก็จะทำให้เกิดโรคต่างๆ เพราะฉะนั้นเขาจึงมีความคิดว่าจะต้องปรับกระดูกสันหลังนี้ให้กับมาเข้ารูปเดิม จะเน้นการจัดกระดูกเรื่องของคอ_และแนวกระดูกสันหลัง การจัดกระดูกจะอยู่ในส่วนของวิชากายภาพอยู่แล้ว คนที่จะจัดกระดูกได้อีกคนก็คือ นักกายภาพบำบัดหรือหมอกระดูกซึ่งมีใบประกอบวิชาชีพสามารถทำงานได้โดยไม่ผิดกฎหมาย อีกรูปแบบหนึ่งเพิ่งจะเกิดขึ้นมาที่หลังก็คือรูปแบบการจัดกระดูกแบบแผนโบราณ ซึ่งอยู่ในรูปของการนวดแต่ยังไม่ได้ชัดเจนมากนัก นวดกันตามแบบแผนหลักสูตรวัดโพธิ์แต่จริงๆแล้วเป็นเพียงแค่ส่วนนิดเดียวหลังจากนั้นก็เริ่มมีการนำไโครแพคติกเข้ามาผสมผสานการนวดแผนไทยแต่ไม่ได้ศึกษาอย่างจริงจังก็เกิดทำให้มีผลเสียตามมาในเรื่องของผลการรักษาที่เป็นอันตรายและก็เป็นเรื่องที่ผิดกฎหมายเพราะไม่มีใบประกอบวิชาชีพที่ถูกต้อง การนวดแบบแผนไทยมี 2 รูปแบบ คือ 1 การนวดแบบอบรม เรียน 150 ชม.ก็ได้ใบประกาศและสามารถประกอบวิชาชีพได้เลยแต่เป็นการนวดเพื่อสุขภาพตามแบบแผนที่กำหนดจะเป็นการนวดเพื่อบำบัดรักษาไม่ได้ และวิธีการนวดเพื่อรับใบประกอบโรคศิลป์ก็คือ เวชกรรมไทยโดยใช้เวลาศึกษา 3 ปี ถ้าสอบผ่านก็จะได้รับใบประกอบวิชาชีพ (ใบประกอบโรคศิลป์) ซึ่งประกอบรับรองไปด้วย เกสัช

กรรมไทย เวชกรรมไทย นวดไทยละผดุงครรภ์ไทย คือนวดเพื่อการบำบัดรักษาได้และสามารถจ่ายยารักษาได้ และสามารถทำได้ถูกต้องตามกฎหมายเพราะถือว่าบุคคลนั้นเป็นแพทย์เช่นกัน แต่ต่อมาปี 2550 ทางแพทย์แผนไทยได้มีการออกกฎกระทรวงออกมาให้มีการประกาศประเภทการนวดไทยเพิ่มอีกหนึ่งประเภท ก็คือให้มีการเอาหมอนวดกลุ่มที่เรียนแบบอบรมระยะสั้นมาเรียนต่อและใช้หลักสูตรวิชาชีพ 2 ปี หรือ 800 ชั่วโมงและถ้าเรียนครบก็สามารถรับใบประกอบวิชาชีพได้เลย

- ขั้นตอนวิธีตรวจการรักษา

ขั้นตอนวิธีการรักษาเริ่มจากการตรวจสภาพร่างกายของผู้เข้ารับการรักษาก่อนด้วยการซักถามอาการและใช้เครื่องเอ็กซเรย์ ประกอบเพื่อความปลอดภัยของคนไข้ และเช็คให้แน่ใจว่าไม่มีภาวะกระดูกบางและหินปูนเกาะ โรคที่คนไข้ไม่ได้อยู่ที่กระดูกเสมอไปอาจจะอยู่ที่กล้ามเนื้อก็ได้ ฉะนั้นแนวทางการรักษาก็จะไม่เหมือนกันอาจจะแค่ปวดคลายโดยไม่ต้องจัดกระดูกก็หาย ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของคนไข้เองด้วย กรณีถ้าต้องมีการจัดกระดูกก็ต้องตรวจอย่างละเอียดและถ้าจะต้องจัดกระดูกก็จะมีเครื่องจัดกระดูกช่วยใช้ในการรักษากรณีที่ตึงกระดูกสันหลัง

- กลุ่มอาการคนไข้ส่วนใหญ่ที่เข้ามารักษา

กลุ่มคนไข้ที่เข้ามารักษาก็จะมีการตั้งแต่ว่า กระดูก กล้ามเนื้อ เอ็น และเส้น ไขสันหลังทับ หินปูนงอก กระดูกหักยุบ และอาจมีบางคนเข้ามาด้วยผลข้างเคียงจากการนวดและการจัดกระดูกที่ผิดวิธีมาก่อนตามสถานที่ให้บริการทั่วไป

- ความเข้าใจของคนทั่วไปกับการจัดกระดูก

ความเข้าใจของคนไข้ส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจในเรื่องนี้น้อยมาก ยังคิดและเข้าใจปะปนว่าเป็นลักษณะเดียวกับร้านนวดสุขภาพทั่วไปที่เข้าไปนวด รวมไปถึงความเข้าใจแบบผิดๆที่ไปนวดตามคนอื่นและเกิดอาการบาดเจ็บซ้ำซ้อนขึ้นอีก เนื่องจากพอมืออาการปวดก็ไปนวดโดยไม่ได้รู้ว่ายังมีระบบการนวดที่มีแบบแผนเฉพาะการรักษาที่ถูกต้องและสามารถบำบัดอาการได้ตรงจุดกว่า

- ความกังวลของคนไข้ในช่วงที่เข้ามาทำการรักษา

สิ่งที่แรกที่คนไข้ยังคิดว่าพอมืออาการแล้วต้องจัดกระดูกเลยโดยไม่ต้องมาให้ตรวจก่อนจึงต้องมีอาการอธิบายทำความเข้าใจตรงนี้เพราะประสบการณ์ของลูกค้ายังเข้าใจว่าเหมือนสถานนวดทั่วไปที่มีบริการอ้างอิงถึงการจัดกระดูก

- การตรวจสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนการเล่นโยคะ

การมีการตรวจสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนฝึกโยคะทางกายภาพถือว่าเป็นแนวทางที่ดี ถือว่าเป็นการตรวจสมรรถภาพของร่างกายเพราะด้วยปัจจัยทางด้านอายุทำให้สภาพร่างกายอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยที่เราเองก็ไม่วู้ตัว_พอจะทำการฝึกโยคะก็ฝึกเลยโดยที่ไม่มีการตรวจประเมินสุขภาพจึงทำให้มีอาการบาดเจ็บตามมาได้ ดังนั้นควรจะให้มีความสำคัญกับการตรวจประเมินสุขภาพร่างกายถึงแม้ว่าจะฝึกหรือไม่ฝึกโยคะก็ตาม การตรวจสมรรถภาพของร่างกายก็ควรที่จะทำให้เป็นเรื่องประจำปีเหมือนกับการตรวจโรคประจำปีที่หลายคนยังให้ความสำคัญ

สำหรับแนวทางนี้ตัวผู้ศึกษาเองเห็นว่าน่าจะเป็นแนวทางที่ดีกว่าการประเมินซักถามอาการจากผู้ที่จะฝึกโยคะด้วยปากเปล่าดังที่หลายๆสถาบันฝึกโยคะใช้แนวทางนี้ในการประเมินผู้ฝึกอยู่

การประเมินด้วยขั้นตอนทางกายภาพอย่างละเอียดจะทำให้เรารู้ว่าร่างกายของเรามีรอยโรคอะไรและจะฝึกโยคะอะไรได้บ้างซึ่งหากได้รับการตรวจก่อนก็จะช่วยป้องกันอันตรายจากการเกิดการบาดเจ็บในระหว่างการฝึกโยคะได้

- การนำศาสตร์การจักระดูกลงเข้าไปมีส่วนช่วยในการเตรียมความพร้อมของร่างกายก่อนการฝึกโยคะ

การนำศาสตร์การจักระดูกลงเข้าไปมีส่วนช่วยในการเตรียมความพร้อมของร่างกายก่อนการเริ่มฝึกโยคะในสถาบันฝึกโยคะก่อนอื่นต้องแยกการจัดตั้งให้ชัดเจนก่อนเพราะการจักระดูกลงเป็นการประกบโรคศิลปะเป็นแพทย์เพราะฉะนั้นการจะเปิดก็จะต้องจัดตั้งเป็นรูปแบบสถานพยาบาลก่อนจะรวมเข้าไปอยู่ในศูนย์ฝึกโยคะไม่ได้กิจการจะต้องแยกกันซึ่งเป็นข้อกำหนดของสถานพยาบาลที่กำหนดไว้ แต่แนวทางที่สามารถทำได้ก็คือ อาจส่งตัวคนไข้ให้เข้ารับการตรวจสมรรถภาพร่างกายที่คลินิกก่อนแล้วจึงนำไปประเมินให้ศูนย์ฝึกโยคะดูแลต่อไปก่อนการฝึก

- การคิดอัตราค่าบริการ

แนวทางในการคิดอัตราค่าบริการที่สิริภักดิ์คลินิก ต้องการมีส่วนช่วยให้คนไข้ได้รับการที่ดีในอัตราค่าบริการที่ไม่สูงเกินไปและสามารถนำแนวทางการรักษาไปดูแลตัวเองได้เองในชีวิตประจำวันได้ ะดับราคาอยู่ที่ 400 – 1000 บาท/ครั้ง ไม่เกินนี้

สรุปประเด็นการสัมภาษณ์

1. ความหมายของการจักระดูกลง มีหลักแนวคิดอยู่ว่าแนวกระดูกสันหลังเป็นแนวที่มีความสำคัญเพราะมีเส้นประสาทที่แยกไปเลี้ยงร่างกายถึง 31 คู่ มีไขสันหลังวิ่งไปเชื่อมต่อสมองเส้นประสาท 31 เส้นคู่ไปเลี้ยงร่างกายและถ้ากระดูกสันหลังตัวนี้มันคด มันบิด มันเบี้ยวหรือมันเคลื่อนก็จะทำให้เกิดโรคต่างๆเพราะฉะนั้นเขาจึงมีความคิดว่าจะต้องปรับกระดูกสันหลังนี้ให้กลับมาเข้ารูปเดิมจะเน้นการจักระดูกลงเรื่องของคอ

2. ปัญหาการนำศาสตร์การจักระดูกลงไปใช้รักษาอย่างผิดวิธี คือการนำรูปแบบการจักระดูกลงแบบแผนโบราณซึ่งอยู่ในรูปของการนวดแต่ยังไม่ได้ชัดเจนมากนัก นวดกันตามแบบแผนหลักสูตรวัดโพธิ์แต่จริงๆแล้วเป็นเพียงแค่ส่วนนิดเดียวหลังจากนั้นก็เริ่มมีการนำโคโรแพคติกเข้ามาผสมผสานการนวดแผนไทยแต่ไม่ได้ศึกษาอย่างจริงจังก็เกิดทำให้มีผลเสียตามมาในเรื่องของผลการรักษาที่เป็นอันตรายและก็เป็นเรื่องที่ผิดกฎหมายเพราะไม่มีใบประกอบวิชาชีพที่ถูกต้อง

3. กลุ่มผู้ที่เข้ามาใช้บริการและปัญหาความเข้าใจผิดๆเกี่ยวกับการจักระดูกลง กลุ่มคนไข้ที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ก็มีอาการบาดเจ็บทั่วไปตามร่างกาย ทั้งกระดูกและกล้ามเนื้อ และความเข้าใจของคนไข้ส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจในเรื่องนี้น้อยมาก ยังคิดและเข้าใจปะปนว่าเป็นลักษณะเดียวกับร้านนวดสุขภาพทั่วไปที่เข้าไปนวด รวมไปถึงความเข้าใจแบบผิดๆที่ไปนวดตามคนอื่นและเกิดอาการบาดเจ็บซ้ำซ้อนขึ้นอีก

4. การนำศาสตร์การจัดกระดูกไปใช้ประเมินความพร้อมของร่างกายก่อนฝึกโยคะ การมีการตรวจสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนฝึกโยคะทางกายภาพถือว่าเป็นแนวทางที่ดีถือว่าการตรวจสมรรถภาพของร่างกายเพราะด้วยปัจจัยทางด้านอายุทำให้สภาพร่างกายอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยที่เราเองก็ไม่ได้รู้ตัว และการใช้วิธีการตรวจประเมินด้วยศาสตร์การจัดกระดูกย่อมเป็นวิธีที่ดีกว่าการประเมินซักถามด้วยปากเปล่าเพื่อจะได้รู้ว่าร่างกายของเรามีรอยโรคอะไรเกิดขึ้นบ้าง

5. รูปแบบการจัดตั้งสถานประกอบการ ก่อนอื่นต้องแยกการจัดตั้งให้ชัดเจนก่อนเพราะการจัดกระดูกเป็นการประกอบโรคศิลป์เป็นแพทย์เพราะฉะนั้นการจะเปิดก็จะต้องจัดตั้งเป็นรูปแบบสถานพยาบาลก่อนจะรวมเข้าไปอยู่ในศูนย์ฝึกโยคะไม่ได้กิจการจะต้องแยกกันซึ่งเป็นข้อกำหนดของสถานพยาบาลที่กำหนดไว้

4.1.2 **ชาญพจน์ ตั้งตรงจิต (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2558) ผู้จัดการธุรกิจการนวดแผนไทย “ศูนย์สุขภาพเขตนวัน”**

- ความเป็นมาในการจัดตั้ง

เริ่มต้นจากการเป็นโรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดโพธิ์ ที่ก่อตั้งขึ้นมาตามดำริของเจ้าอาวาสที่อยากจะเผยแพร่วิชาคำความรู้ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2498 เป็นโรงเรียนการแพทย์แผนไทยอย่างเป็นทางการแห่งแรกเป็นลักษณะการสอนแบบครูสอนศิษย์ตามบ้าน ตามวัด ซึ่งวัดโพธิ์จะเป็นต้นตำรับของความรู้จะมีแผ่นจารึกที่เป็นพื้นฐานการแพทย์แผนไทยอยู่ที่นั่น และด้วยขณะนั้นเองทางครอบครัวของคุณชาญพจน์ ก็คือคุณปู่ (คุณกำธร ตั้งตรงจิต) อาศัยอยู่ในระแวกนั้นจึงได้มีโอกาสเข้าไปดูแลโรงเรียนให้ซึ่งในตอนนั้นก็ได้มีการรวบรวมหลักสูตรที่ชัดเจนมีระบบการเรียนการสอนที่เป็นรูปธรรมวิชาที่สอนก็จะมี เภสัชกรรมไทย เวชกรรมไทย และได้พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนโดยการเพิ่มวิชาการนวดแผนไทยเข้ามาในหลักสูตรประมาณปี พ.ศ.2506 จนในปัจจุบันโรงเรียนแพทย์แผนไทยวัดโพธิ์ก็ได้ดำเนินการมาแล้ว 60 ปี ได้มีการขยายสาขาออกไปอย่างมากมายรวมถึงศูนย์สุขภาพเขตนวันแห่งนี้ด้วย

- การกำหนดหลักสูตรของสถาบัน

ขั้นตอนของการกำหนดหลักสูตรเริ่มจากการรวบรวมครูที่สอนมาร่วมกันคิดกำหนดหลักสูตรเริ่มแรกก็คือต้องรู้เรื่องจุดและเส้นทั้งหมดในร่างกาย จุดนวดในร่างกายที่สำคัญที่นำมาเป็นหลักในการรักษามีทั้งหมด 10 จุดเส้นประธานจากแผ่นจารึกของวัดโพธิ์จากนั้นจึงนำเทคนิควิธีการนวดเข้ามาผสมผสานเป็นวิธีการบำบัดรักษาต่อไป โดยหลักของการนวดแผนไทยจะมีการดึงและดัดจะเป็นการนวดหนักเพื่อบำบัดรักษาอาการ และอีกลักษณะการนวดหนึ่งก็คือ การนวดเพื่อผ่อนคลาย นวดเพื่อสุขภาพ เช่น การนวดน้ำมัน นวดอบสมุนไพร นวดอโรมา เป็นต้น

การรับรองหลักสูตรของสถาบันการนวดที่มีการเปิดสอนเป็นโรงเรียน มีหลักสูตร มีครู ผู้ทรงคุณวุฒิ มีมาตรฐานการสอนที่ชัดเจน จะต้องได้รับรองมาตรฐานจากกระทรวงศึกษาธิการ โดยทางสถาบันจะต้องยื่นเรื่องหลักสูตร เรื่องครูผู้ฝึกสอน เรื่องการบริหารงานการดำเนินงานทั้งหมด

แนวคิดการบริหารงานของสถาบันจะเน้นในเรื่องของการให้บริการที่เป็นเลิศ เป็นหลักในการที่จะมัดใจลูกค้าให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของบุคลากรของสถาบัน ครู และพนักงานนวดก็ต้องมีการพัฒนาฝีมืออยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ฝีมือการนวดใกล้เคียงกันไม่ทำให้เกิดความแตกต่างเวลาลูกค้ามานวดก็สามารถนวดกับใครก็ได้ เพราะถ้าบุคลากรมี

คุณภาพพร้อมให้บริการทั้งเรื่องความรู้และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า สถาบันก็จะได้ผลตอบรับที่ดีจากลูกค้ากลับมา

- รูปแบบการบริการของทางสถาบัน

รูปแบบการบริการของทางสถาบันแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นโรงเรียนสอนการนวดแผนไทย ส่วนที่เป็นสถานบริการการนวดบำบัดแบบแผนไทย คือการนวดหนักและรูปแบบการนวดเพื่อความผ่อนคลาย เช่น นวดเท้า นวดน้ำมัน นวดประคบสมุนไพร และส่วนที่เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการนวดทั้งหมดที่สถาบันเป็นผู้ผลิตคิดค้นและพัฒนาขึ้นมาเองเพื่อใช้ในสถาบันและจัดจำหน่าย และกำลังพัฒนาการนวดกระตุ้นน้ำมันมแม่โดยรวมกับศูนย์นมแม่โรงพยาบาลพญาไท

- กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการ

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามารับบริการจะเป็นการนวดหนักเพื่อบำบัดรักษาอาการปวดต่างๆ เช่น ปวดหัว ปวดไหล่ ปวดแขน กลุ่มลูกค้าจะมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทำให้บุคลากรต้องมีการพัฒนาเรื่องภาษาเข้าไปด้วยเพราะบางครั้งก็อาจจะต้องมีการเดินทางไปสอนยังต่างประเทศบ้าง

- ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ปัจจัยที่เป็นเรื่องสำคัญคือ คุณภาพของบุคลากรที่มีความสามารถให้บริการนวดที่ถูกหลักการ มีมาตรฐาน การบริการที่มีคุณภาพมุ่งเน้นให้เกิดความประทับใจกับลูกค้า การออกแบบอาคารสถานที่ให้ดูสวยงามทันสมัยเพื่อดึงดูดลูกค้า

สรุปประเด็นสัมภาษณ์

1. หลักและวิธีการนวด จุดนวดในร่างกายที่สำคัญที่นำมาเป็นหลักในการรักษามีทั้งหมด 10 จุดเส้นประธาน จากนั้นจึงนำเทคนิควิธีการนวดเข้ามาผสมผสานเป็นวิธีการบำบัดรักษาต่อไป โดยหลักของการนวดแผนไทยจะมีการดึงและดัดจะเป็นการนวดหนักเพื่อบำบัดรักษาอาการ และอีกลักษณะการนวดหนึ่งก็คือ การนวดเพื่อผ่อนคลาย นวดเพื่อสุขภาพ เช่น การนวดน้ำมัน นวดอบสมุนไพร นวดอโรมา เป็นต้น

2. แนวคิดในการบริการ แนวคิดการบริหารงานของสถาบันจะเน้นในเรื่องของการให้บริการที่เป็นเลิศ เป็นหลักในการที่จะมัดใจลูกค้าให้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของบุคลากรของสถาบัน ครู และพนักงานนวดก็ต้องมีการพัฒนาฝีมืออยู่

ตลอดเวลาเพื่อให้ฝีมือการนวดใกล้เคียงกันไม่ทำให้เกิดความแตกต่างเวลาลูกค้ามานวดก็สามารถนวดกับใครก็ได้

3. กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นการนวดหนักเพื่อบำบัดรักษาอาการปวดต่างๆ เช่น ปวดหัว ปวดไหล่ ปวดแขน กลุ่มลูกค้าจะมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

4. ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ ปัจจัยที่เป็นเรื่องสำคัญคือ คุณภาพของบุคลากรที่มีความสามารถให้บริการนวดที่ถูกต้องการมีมาตรฐาน การบริการที่มีคุณภาพมุ่งเน้นให้เกิดความประทับใจกับลูกค้า การออกแบบอาคารสถานที่ให้ดูสวยงามทันสมัยเพื่อดึงดูดลูกค้า

4.1.3 **เพชรรัตน์ เจริญมิตร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 กรกฎาคม 2558) การฝึกโยคะ “โรงเรียนบางกอกโยคะ”**

- ความเป็นมาในการจัดตั้ง

เริ่มต้นจากการเปิดเป็นสถาบันฝึกโยคะโดยการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ดำเนินการสอนมาเป็นเวลา 10 ปี จนมีความรู้ความชำนาญและพัฒนามากขึ้นหลังจากนั้นได้มีแนวคิดที่อยากจะเปิดเป็นโรงเรียนสอนโดยมีการรับรองหลักสูตรอย่างถูกต้องคนที่จบออกมาก็จะได้รับวิทยฐานะเป็นครู จึงได้ดำเนินการยื่นเรื่องไปที่กระทรวงศึกษาธิการเพื่อขอเปิดเป็นโรงเรียนสอนครูฝึกโยคะทั้งหมดใช้ระยะเวลา 3 ปี ในการขอผลรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการแต่ในขณะนั้นก็ดำเนินการสอนไปด้วย และหลังจากได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการแล้ว จึงเริ่มเปิดเป็นสถาบันการสอนและได้ดำเนินการเป็นโรงเรียนสอนครูฝึกโยคะจนถึงปัจจุบัน

- หลักการในการฝึกโยคะ

หลักของการฝึกโยคะไม่เพียงแต่จะเน้นที่ท่าฝึกเพียงอย่างเดียวยังต้องให้ความสำคัญกับร่างกายและจิตใจ ต้องรู้ถึงหลักปรัชญาโยคะ ปรามายามะการหายใจแบบโยคะ ต้องรู้ข้อควรระวังของร่างกายและข้อควรระวังเรื่องสุขภาพ แต่ถ้าไม่มีปัญหาเรื่องสรีระร่างกายกระดูกไม่เคลื่อนก็สามารถฝึกได้ทุกท่าและต้องรู้มิติของผู้ฝึกกับบางท่าที่ไม่สามารถฝึกได้ก็ต้องปรับและเปลี่ยนเพื่อหาท่าที่สามารถฝึกได้และไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายทั้งนี้ผู้ฝึกก็ควรต้องแจ้งเกี่ยวกับอาการที่เคยบาดเจ็บให้ครูผู้ฝึกได้รับรู้ก่อนที่จะเริ่มฝึกด้วย

- วัตถุประสงค์การฝึกโยคะของกลุ่มลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการฝึกโยคะ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและเพื่อความสวยงามของสรีระร่างกายและเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับตัวเองถ้าได้รับการฝึกจนได้รับการรับรองวิทยฐานะเป็นครู

- หลักการตลาดสำคัญของสถาบันโยคะ

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ฝึกโยคะจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่ต้องการความสะดวกในการเดินทางไปที่คุณยฝึก เช่น ต้องใกล้ที่ทำงาน หรือสามารถเดินทางไปฝึกได้โดยไม่ต้องนั่งรถไป ถ้าเป็นลูกค้าในย่านธุรกิจการค้าก็จะใช้เวลาในช่วงเย็นหลังเลิกงานฝึกโยคะเพื่อรอเวลากลับบ้านเนื่องจากจะเลี่ยงช่วงเวลาที่ยอดติดตอนเย็น

สรุปประเด็นสัมภาษณ์

1. หลักการสำคัญของการฝึกโยคะ หลักของการฝึกโยคะไม่เพียงแต่จะเน้นที่ท่าฝึกเพียงอย่างเดียวยังต้องให้ความสำคัญกับร่างกายและจิตใจ ต้องรู้ถึงหลักปรัชญาโยคะ ปรารถนาระยะการหายใจแบบโยคะ ต้องรู้ข้อควรระวังของร่างกายและข้อควรระวังเรื่องสุขภาพ

2. กลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่จะฝึกโยคะเพื่อสร้างเสริมสุขภาพและเพื่อความสวยงามของสรีระร่างกาย

3. หลักการตลาดสำคัญ เข้าใจลูกค้า รู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร อย่างเช่น คนวัยทำงานที่สะดวกจะเล่นโยคะตอนเย็นหลังเลิกงานและเหตุผลเพื่อเลี่ยงรถติดหลังเลิกงาน ดังนั้นจึงจัดคอร์สช่วงเย็นเพื่อตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ศูนย์สุขภาพโยคะ การจัดกระดูก และการนวดเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 หน่วยประชากร ซึ่งกำหนดจากกลุ่มจำนวนประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 3,804,183 คน แล้วทำการเทียบตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สรุปได้ดังนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	84	21
หญิง	316	79
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะที่เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็น หญิง จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79 เป็น ชาย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21

ตารางที่ 4.2: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25	64	16
25 - 34	132	33
35 - 44	136	34
45 - 53	48	12
54 ปีขึ้นไป	20	5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ มี อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา 25 – 34 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 45 – 53 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 54 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 4.3: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	256	64
สมรส	128	32.50
หย่าร้าง/หม้าย	16	3.30
อื่นๆ		
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ มี สถานะภาพ โสด จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 รองลงมา สถานภาพสมรส จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 สถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

ตารางที่ 4.4: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	108	27.50
ปริญญาตรี	240	60.80
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.80
อื่นๆ	12	0.9
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่การศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ระดับ อื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 0.90

ตารางที่ 4.5: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	280	70
เจ้าของสถานประกอบการ	92	23
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	1.25
อื่นๆ	23	5.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 280 คนคิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา เจ้าของสถานประกอบการจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 อื่นๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 4.6: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	19	4.75
10,000 - 30,000	280	70
30,000 - 50,000	87	21.8
50,000 บาทขึ้นไป	14	3.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 – 30,000 จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา 30,000 – 50,000 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ต่ำกว่า 10,000 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ นวดจัดกระดูก นวดแผนไทย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ ประกอบไปด้วย เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกฝึกโยคะ ท่านใช้เวลาฝึกโยคะบ่อยแค่ไหน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านต้องจ่ายในการฝึกโยคะ ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.7: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ ด้านเหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกฝึกโยคะ

เหตุผลที่ท่านเลือกฝึกโยคะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ฝึกสมาธิ/คลายเครียด	120	30
ลดน้ำหนัก/ดูแลรูปร่าง	84	21
เพื่อสุขภาพ	140	35
บำบัดโรค	30	7.5
เรียนรู้ศาสตร์โยคะ	26	7
อื่นๆ		
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ เพื่อสุขภาพ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา ฝึกสมาธิ/คลายเครียด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ลดน้ำหนัก/ดูแลรูปร่าง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 บำบัดโรค จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 เรียนรู้ศาสตร์โยคะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 4.8: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ ด้านท่านใช้เวลาฝึกโยคะบ่อยแค่ไหน

ท่านใช้เวลาฝึกโยคะบ่อยแค่ไหน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	168	42
2 ครั้งต่อสัปดาห์	48	12
มากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์	60	15
อื่นๆ	124	31
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ ใช้เวลา สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา เป็นช่วงเวลาอื่นๆ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 มากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 4.9: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกโยคะ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่าน ต้องจ่ายในการฝึกโยคะ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านต้องจ่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000	224	56
1,000 - 2,000	64	16
3,000 บาทขึ้นไป	44	11
อื่นๆ	68	17
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา 1,000 – 2,000 จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 อื่นๆ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 3,000 บาทขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการจัดกระดุก ประกอบไปด้วย เหตุผลสำคัญที่ท่านเข้ารับบริการ การจัดกระดุก ท่านเข้ารับบริการการจัดกระดุกบ่อยแค่ไหน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านเข้ารับบริการการจัดกระดุก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.10: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดกระดูก ด้านเหตุผลที่ท่านเข้ารับ
บริการการจัดกระดูก

สาเหตุที่ท่านเข้ารับการจัดกระดูก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความเจ็บปวดและกล้ามเนื้อเกร็ง	120	30
ความเจ็บปวดและกล้ามเนื้อเกร็ง	120	30
ข้อต่อต่างๆเคลื่อนไหวผิดปกติ	48	12
ข้อต่อบวม	16	4
ข้อต่อผิดรูปและเคลื่อนไหวผิดปกติ	140	35
โรคประจำตัวต่างๆ	76	19
อื่นๆ		
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการจัดกระดูก ส่วนใหญ่ มีสาเหตุของข้อต่อผิดรูปและเคลื่อนไหวผิดปกติ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา เพราะความเจ็บปวดและอาการเกร็งของกล้ามเนื้อ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 โรคประจำตัวต่างๆ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ข้อต่อต่างๆเคลื่อนไหวผิดปกติ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ข้อต่อบวม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 4.11: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดกระดูก ด้านท่านเข้ารับบริการ
การจัดกระดูกบ่อยแค่ไหน

ท่านเข้ารับบริการบ่อยแค่ไหน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	180	45
2 ครั้งต่อเดือน	40	10
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	180	45
อื่นๆ		
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ใช้บริการจัดกระดูก ส่วนใหญ่ เข้ารับบริการ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 เท่ากันกับ มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.12: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการจัดกระดูก ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านเข้ารับบริการการจัดกระดูก

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านต้องจ่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000	216	54
1,000 - 2,000	108	27
2,000 บาทขึ้นไป	76	19
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการจัดกระดูก ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมา 1,000 – 2,000 จำนวน 108 .คน คิดเป็นร้อยละ 27 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการนวด ประกอบไปด้วย เหตุผลที่ท่านเข้ารับบริการการนวด ท่าน เข้าใช้บริการการนวดบ่อยแค่ไหน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านเข้ารับบริการการนวด ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.13: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการนวด ด้านเหตุผลที่ท่านเข้ารับบริการการนวด

เหตุผลที่ท่านเข้ารับบริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อบำบัดอาการบาดเจ็บ	68	17
เพื่อส่งเสริมสุขภาพ	52	13
เพื่อความงาม	20	5
เพื่อความผ่อนคลาย	208	52
อื่นๆ	52	13
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ใช้บริการการนวด ส่วนใหญ่ มีเหตุผล เพื่อความผ่อนคลาย จำนวน 208คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา เพื่อบำบัดอาการบาดเจ็บ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 เพื่อส่งเสริมสุขภาพ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 เหตุผลอื่นๆ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 เพื่อความงาม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 4.14: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การนวด ด้านท่านเข้าใช้บริการการนวด บ่อยแค่ไหน

ท่านเข้ารับบริการบ่อยแค่ไหน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อเดือน	176	44
2 ครั้งต่อเดือน	68	17
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	122	30
อื่นๆ	34	8.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ใช้บริการการนวด ส่วนใหญ่ เข้าใช้ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 อื่นๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.15: จำนวน ร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การนวด ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านเข้ารับบริการการนวด

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านต้องจ่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000	264	66
1,000 - 2,000	60	15
3,000 บาทขึ้นไป	76	19
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการการนวด ส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่าย ต่ำกว่า 1,000 จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมา 3,000 ขึ้นไป จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 1,000 -

2,000 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15

4.2.3 ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกด้วยศาสตร์การจักระดูกลงและศาสตร์การนวด

ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกด้วยศาสตร์การจักระดูกลงและศาสตร์การนวด ประกอบไปด้วย ท่านเคยใช้บริการศาสตร์การจักระดูกลงและศาสตร์การนวดเพื่อประเมินความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะหรือไม่ ท่านคิดว่าการประเมินความพร้อมของร่างกายด้วยศาสตร์การจักระดูกลงและศาสตร์การนวดก่อนการฝึกโยคะจะมีส่วนช่วยป้องกันการเกิดการบาดเจ็บจากการฝึกโยคะมากน้อยแค่ไหน ท่านคิดว่าการมีบริการการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายด้วยศาสตร์การจักระดูกลงและศาสตร์การนวดเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกโยคะจะเป็นประโยชน์กับการฝึกโยคะของท่านมากน้อยแค่ไหน ผลการวิเคราะห์ที่ข้อมูลนำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.16: จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะ ท่านเคยใช้บริการศาสตร์การจักระดูกลงและศาสตร์การนวดเพื่อประเมินความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะหรือไม่

ท่านเคยใช้บริการหรือไม่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคย	80	20
ไม่เคย	320	80
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ใช้บริการการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80 เคย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.17: จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะท่านคิดว่าการประเมิน ความพร้อมของร่างกายด้วยศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การนวดก่อนการฝึก โยคะจะมีส่วนช่วยป้องกันการเกิดการบาดเจ็บจากการฝึกโยคะมากน้อยแค่ไหน

ระดับความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เห็นด้วย	180	45
ค่อนข้างเห็นด้วย	100	25
เห็นด้วยปานกลาง	96	24
ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	16	4
ไม่เห็นด้วย	8	2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.17 : พบว่า ผู้ใช้บริการการศูนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ เห็นด้วย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา ค่อนข้างเห็นด้วย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เห็นด้วยปานกลาง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ค่อนข้างไม่เห็นด้วย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ไม่เห็นด้วย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 4.18: จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะท่านคิดว่าการมีบริการ การประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายด้วยศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การ นวดเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกโยคะจะเป็นประโยชน์กับการฝึกโยคะของท่านมากน้อย แค่ไหน

ระดับความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต้องการมาก	104	26
ต้องการค่อนข้างมาก	107	26
ระดับความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต้องการปานกลาง	140	35
ต้องการค่อนข้างน้อย	20	5
ต้องการน้อย	29	7.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ใช้บริการการศุนย์ฝึกโยคะ ส่วนใหญ่ ต้องการปานกลาง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา ต้องการค่อนข้างมาก จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ต้องการค่อนข้างน้อย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ต้องการน้อย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ต้องการค่อนข้างน้อยจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

4.2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศุนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกด้วยศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การนวด

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยการเลือกใช้บริการศุนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกด้วยศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การนวด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7ps) ผลการวิเคราะห์นำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศุนย์ฝึกโยคะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
1.ชื่อเสียงของสถาบัน	4	0.90	มาก
2.มาตรฐานของหลักสูตร	4.3	0.80	มากที่สุด
3.ความหลากหลายของคอร์ส	4.2	0.90	มากที่สุด
4.หลักสูตรรับรองโดยสถาบันมีชื่อเสียง	4.2	0.90	มากที่สุด
5.ชื่อเสียงของครูผู้ฝึก	4.1	0.90	มาก
6.ครูฝึกผ่านการอบรมการสอนอย่างถูกวิธี	4.1	0.80	มาก
7.ความหลากหลายของช่วงเวลาฝึก	4.2	0.80	มากที่สุด
รวมด้านผลิตภัณฑ์	4.16	0.86	มาก
ด้านราคา (Price)			
1.ค่าสมาชิกหรือค่าใช้จ่ายบริการเหมาะสม	4.30	0.90	มากที่สุด
2.ค่าสมาชิกหรือค่าบริการแสดงไว้ชัดเจน	4	0.90	มาก
3.มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย	4	0.90	มาก
4.มีการแบ่งชำระเป็นงวดๆ	4.1	0.80	มาก
รวมด้านราคา	4.10	0.88	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.19 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
ศูนย์ฝึกโยคะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
1.ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.2	0.90	มาก
2.สถานที่ฝึกอยู่ใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน	3.9	0.90	มาก
3.มีที่จอดรถรองรับเพียงพอ	4	0.90	มาก
4.สถานที่อยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค	4.2	0.70	มาก
รวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	0.85	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
1.ข้อมูลการให้บริการครบทันสมัย	4.2	0.70	มาก
2.มีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ	4.1	0.80	มาก
3.มีการให้ทดลองใช้	4.2	0.80	มากที่สุด
4.มีกิจกรรมพิเศษต่างๆ	4.2	0.80	มาก
5.มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์สื่อต่างๆ	4.40	0.80	มากที่สุด
รวมด้านส่งเสริมการตลาด	4.22	0.78	มากที่สุด
ด้านบุคลากร (People)			
1.พนักงานมีบุคลิกภาพมารยาทดี	4.4	0.70	มากที่สุด
2.พนักงานเอาใจใส่ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.4	0.70	มากที่สุด
3.พนักงานแนะนำรายละเอียดได้เป็นอย่างดี	4.5	0.70	มากที่สุด
4.ครูฝึกสอนอภัยาคัยดีเป็นกันเอง	4.4	0.70	มากที่สุด
5.บุคลากร/ผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ	4.50	0.70	มากที่สุด
รวมด้านบุคลากร	4.44	0.70	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)			
1.การออกแบบตกแต่งสถานที่สวยงาม	4.3	0.8	มากที่สุด
2.สถานที่ฝึกสะอาด อากาศถ่ายเทดี	4.4	0.7	มากที่สุด
3.มีห้องรับรองและห้องน้ำ	4.5	0.7	มากที่สุด
4.เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.4	0.7	มากที่สุด
รวมด้านลักษณะทางกายภาพ	4.40	0.73	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.19 (ต่อ): ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ศูนย์ฝึกโยคะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ
ด้านกระบวนการ (Process)			
1.มีบริการที่ดี	4.4	0.7	มากที่สุด
2.มีคู่มือประกอบการฝึกให้อ่าน	4.4	0.7	มากที่สุด
3.2.แจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน ระหว่างและหลังฝึก	4.4	0.8	มากที่สุด
4.มีขั้นตอนให้บริการเป็นระบบรวดเร็ว	4.5	0.7	มากที่สุด
5.มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึก	4.60	0.7	มากที่สุด
รวมด้านกระบวนการ	4.46	0.72	มากที่สุด
รวมส่วนประสมปัจจัยทางการตลาด	4.26	0.79	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์ฝึกโยคะ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงปัจจัยแต่ละด้าน สรุปได้ดังนี้

ด้านบุคลากร พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 4.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ บุคลากร/ผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50) พนักงานสามารถแนะนำรายละเอียดได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) ครูผู้ฝึกสอนมีอัธยาศัยดี ความเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงานมีความเอาใจใส่ในการบริการยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.44) พนักงานมีบุคลิกภาพและกิริยามารยาทดี (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ มีห้องรับรองและห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.50) สถานที่ฝึกสะอาด อากาศถ่ายเทดี (ค่าเฉลี่ย 4.40) เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.40) การออกแบบตกแต่งสถานที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ด้านกระบวนการ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.60) มีขั้นตอนการให้บริการ

เป็นระบบและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.50)) แจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน ระหว่างและหลังฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีการบริการที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีคู่มือประกอบการฝึกให้อ่านประกอบ (ค่าเฉลี่ย 4.44)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีการให้ทดลองใช้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.22) และข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20)) มีกิจกรรมพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ หลักสูตรมีคุณภาพได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการรับรองหลักสูตรโดยสถาบันที่เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความหลากหลายของคอร์ส (ค่าเฉลี่ย 4.20) และข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ความหลากหลายของช่วงเวลาฝึก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ครูฝึกผ่านการฝึกอบรมอย่างถูกวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.10) ครูฝึกเป็นผู้มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 4.10) ชื่อเสียงของสถาบันเป็นที่รู้จักทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4)

ด้านราคาพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ค่าสมาชิกหรือค่าบริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.30) และข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีการแบ่งชำระเป็นงวดๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ค่าสมาชิกหรือค่าบริการแสดงไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4) มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.20) สถานที่บริการอยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีที่จอดรถรองรับเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4) สถานที่ฝึกอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

4.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้ ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ การจัดการกระดูกและการนวดบำบัด ได้แบ่งข้อสรุปจากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้เป็น 5 ประเด็นดังต่อไปนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35-44 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 10,000 -30,000 บาท

4.3.2 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ การจัดการกระดูก และการนวด สรุปผลการศึกษาเป็นดังนี้

- ศูนย์ฝึกโยคะ เหตุผลในการเลือกฝึกโยคะ ส่วนใหญ่จะฝึกเพื่อสุขภาพ รองลงมาเพื่อฝึกสมาธิ และเพื่อคลายเครียด ความถี่ในการฝึกจะฝึกสัปดาห์ละ 1 ครั้งและค่าใช้จ่ายต่อครั้งจะอยู่ที่ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท

- สถานบริการจัดการกระดูก สาเหตุในการเข้ารับบริการส่วนใหญ่ ข้อต่อผิดรูปและเคลื่อนหลุด รองลงมาเกี่ยวกับความเจ็บปวดและกล้ามเนื้อเกร็ง ความถี่ในการเข้ารับบริการ 1 ครั้งต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท

- สถานบริการการนวด เหตุผลในการเข้าใช้บริการส่วนใหญ่ เพื่อความผ่อนคลาย รองลงมาเพื่อบำบัดอาการบาดเจ็บ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนและค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท

4.3.3 ข้อมูลทางด้านทัศนคติที่มีต่อศูนย์ฝึกโยคะที่จัดให้มีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะ ผลการศึกษาสรุปว่าโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเข้ารับการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนฝึกโยคะแต่ก็มีความคิดเห็นส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะจะมีส่วนช่วยป้องกันการเกิดการบาดเจ็บจากการฝึกโยคะได้และมีความต้องการในระดับปานกลางที่อยากจะให้นำวิธีการประเมินสภาพความพร้อมก่อนการฝึกโยคะมาเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกไว้บริการในศูนย์ฝึกโยคะ

4.3.4 ข้อมูลทางด้านปัจจัยทางการตลาด (Marketing 7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะ สรุปเป็นข้อปัจจัยแต่ละด้านโดยลำดับความสำคัญตามผลการศึกษาเป็นดังนี้

- ด้านบุคลากร (People)

1. บุคลากร/ผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ
2. พนักงานมีความเอาใจใส่ในการบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส
3. พนักงานสามารถแนะนำรายละเอียดได้เป็นอย่างดี

- ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
 1. สถานที่ฝึกสะอาด อากาศถ่ายเทดี
 2. มีห้องรับรองและห้องน้ำ
 3. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย
- ด้านกระบวนการ (Process)
 1. การมีบริการที่ดี
 2. แจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน ระหว่าง และหลังฝึก
 3. มีคู่มือประกอบการฝึกให้อ่านประกอบ
 4. มีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึก
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 1. ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย
 2. มีการให้ทดลองใช้บริการฟรี
 3. มีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ
- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
 1. ครูฝึกผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี
 2. หลักสูตรมีคุณภาพได้มาตรฐาน
 3. ความหลากหลายของช่วงเวลาฝึก
- ด้านราคา (Price)
 1. ค่าสมาชิก ค่าใช้บริการมีความเหมาะสม
 2. ค่าสมาชิกหรือค่าบริการแสดงไว้ชัดเจน
 3. มีการแบ่งชำระเป็นงวดๆ
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
 1. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง
 2. สถานที่ฝึกอยู่ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน
 3. สถานที่บริการอยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค

4.3.5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วน

เสนอแนะให้มีการตกแต่งสถานที่ฝึกให้สวยงามและโดดเด่น ทำเลที่ตั้งควรสะดวกแก่การเดินทาง และภายในศูนย์ฝึกควรจัดให้มีพยาบาลประจำศูนย์หรือสถานที่ตั้งควรอยู่ใกล้สถานพยาบาล ทั้งนี้เพราะเมื่ออาการบาดเจ็บในขณะฝึกจะได้รับการพยาบาลได้ทัน และสุดท้ายจำนวนผู้ฝึกโยคะต่อรอบไม่ควรมีมากเกินไปเพราะครูผู้ฝึกจะดูแลไม่ทั่วถึง

จากการสรุปผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านต่างๆจะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่แล้วผู้คนวัยทำงานจะมีความเครียดและต้องการสถานที่บริการเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานและเพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกายให้ดีขึ้น โดยเฉพาะส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานในออฟฟิศที่มีเวลาน้อย ดังนั้นจึงไม่ค่อยได้เข้ารับบริการในศูนย์สุขภาพสักเท่าไรโดยเฉลี่ยเพียงแค่สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ผู้ศึกษาเห็นว่าความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการศูนย์ฟิตเนสมีความเป็นไปได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทำการตลาดที่จะวางแผนอย่างไรจึงจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนวัยทำงานให้เข้าถึงการบริการได้มากที่สุดโดยใช้สรุปผลการศึกษาที่ได้มาเป็นข้อมูลในการดำเนินการจัดตั้งโครงการให้บรรลุเป้าหมายต่อไป



บทที่ 5 การกำหนดรูปแบบธุรกิจ

5.1 ชื่อบริษัท

ภาพที่ 5.1: ชื่อบริษัท



บริษัท “Life Balance” จำกัด

เริ่มดำเนินการจัดตั้ง เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2558 โดยมีแนวคิดถึงเรื่องความปลอดภัยของการฝึกโยคะจึงคิดที่จะนำเอาวิธีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนที่จะเริ่มฝึกโยคะเข้ามาใช้กับศูนย์ฝึกโยคะและแนวคิดเรื่องความสมดุลของชีวิตที่อยากจะให้มีศูนย์สุขภาพเพื่อช่วยให้นักเรียนทำงานในกรุงเทพฯ ได้มาผ่อนคลายจากภาวะเครียดในการทำงาน

มีส่วนธุรกิจในการดูแลแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

5.1.1 เป็นศูนย์บริการส่งเสริมสุขภาพ “Balance Yoga” ให้บริการฝึกสอนโยคะเพื่อสุขภาพและการนวดเพื่อสุขภาพ

5.1.2 เป็นสถานบริการการแพทย์แผนไทย “Life Balance คลินิก” ให้บริการตรวจและบำบัดด้านการแพทย์แผนไทยการนวดจัดกระดูกและประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะ

5.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

5.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นศูนย์สุขภาพที่จะเสริมสร้างให้ร่างกายมีภูมิคุ้มกันโดยออกแบบการจัดการเฉพาะในเรื่องการพัฒนาาร่างกายเพื่อให้ผลต่อสุขภาพองค์รวมทั้งร่างกาย จิต และจิตวิญญาณ ตอบโจทย์เฉพาะบุคคลและจะมุ่งเติบโตอย่างมีคุณภาพไปสู่ระดับสากล”

5.2.2 พันธกิจ (Mission)

- มุ่งศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสุขภาพของผู้มาใช้บริการ
- มุ่งมั่นส่งเสริมสร้างความรู้ด้านสุขภาพให้กับผู้มาใช้บริการ

- มีส่วนช่วยในกิจกรรมด้านสุขภาพของสังคมเพื่อช่วยสร้างให้ศูนย์สุขภาพได้เป็นที่รู้จักและยอมรับของสังคมในวงกว้าง
- บันทึกและเก็บประวัติผู้เข้ารับบริการในด้านสภาพร่างกาย ด้านจิตใจ เพื่อติดตามผลและออกแบบการให้บริการให้เหมาะสมของแต่ละบุคคล

5.2.3 เป้าหมาย (Goals)

- ดำเนินการให้ศูนย์สุขภาพมีความพร้อมและสมบูรณ์แบบที่สุดในด้านบุคลากรและพนักงานบริการรวมถึงสถานให้บริการ ภายในระยะเวลา 6 เดือนถึง 1 ปี
- จัดให้มีการอบรมความรู้ให้กับบุคลากรทุกๆเดือนทั้งด้านวิชาชีพและบริการ
- จัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพทุกๆ 3 เดือน ภายใน 1 ปี โดยให้ผู้คนในพื้นที่บริการเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ศูนย์ให้เป็นที่รู้จัก
- สร้างแบรนด์ให้แข็งแรง ให้ลูกค้าเชื่อมั่นในบริการมียอดการเติบโต 5% ในทุกๆปีและพัฒนาไปสู่ศูนย์สุขภาพที่ได้รับรองมาตรฐาน ISO ภายใน 3 ปี

5.3 ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

5.3.1 รูปแบบของธุรกิจแบ่งเป็น 2 บริการหลัก และ บริการรอง ได้แก่

- เปิดดำเนินการเป็นศูนย์สุขภาพโดยเปิดเป็นศูนย์ฝึกโยคะและเป็นสถานที่ให้บริการการนวดแผนไทย เช่น นวดน้ำมัน นวดอบสมุนไพร นวดอโรมา เป็นต้น
- เปิดดำเนินการเป็นสถานบริการการแพทย์แผนไทยเพื่อให้ลูกค้าที่ฝึกโยคะเข้ารับการประเมินสภาพร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะ โดยแพทย์แผนไทยผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดกระดูก มีแพทย์ประจำศูนย์ให้การตรวจรักษา ด้วยวิธีการการจัดกระดูก และการนวดบำบัด ให้การรักษาเกี่ยวกับอาการทางกระดูกและกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกาย โดยมีขั้นตอนการรักษาที่ถูกต้องตามหลักการแพทย์แผนไทยและได้รับการรับรองจาก กรมการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข
- ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรนวดเพื่อสุขภาพที่เป็นสูตรเฉพาะของศูนย์สุขภาพเอง

5.3.2 รายละเอียดสินค้าและบริการ

- ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพโยคะ

ศูนย์สุขภาพไลฟ์บาลานส์จะสอนคลาสโยคะประเภทหยิน-หยาง คือโยคะที่มีการผสมผสานกันระหว่าง พลังงาน 2 รูปแบบ คือพลังงาน หยิน (นิ่ง ลึก สงบ) และพลังงาน หยาง (พลังและการเคลื่อนไหวอย่างกระฉับกระเฉง) เพื่อให้ผู้ฝึกได้ทั้งความแข็งแรง ความยืดหยุ่นของร่างกาย รวมทั้งความสงบและผ่อนคลายจิตใจ

ศูนย์ฝึกโยคะเปิดให้บริการ วันจันทร์ – วันเสาร์ และวันอาทิตย์จะเปิดให้มีการ Workshop / Training ของสมาชิกศูนย์ฝึกโยคะ โดยมีตารางเรียนและอัตราค่าบริการ ดังนี้

ตารางรอบการฝึก**จันทร์**

9:00-10:30,12.00 -13.30,16:00-17:30 ,18:30-20:00

อังคาร

9:00-10:30,12.00 -13.30,16:00-17:30 ,18:30-20:00

พุธ

9:00-10:30,12.00 -13.30,16:00-17:30 ,18:30-20:00

พฤหัสบดี

9:00-10:30,12.00 -13.30,16:00-17:30 ,18:30-20:00

ศุกร์

9:00-10:30,12.00 -13.30,16:00-17:30 ,18:30-20:00

เสาร์

10:00-11:30 , 18:00-19:30

อาทิตย์

10:00-11:30 Workshop / training

อัตราค่าบริการ แบ่งเป็นแพ็คเกจ ดังนี้

- | | |
|---|------------|
| - ทดลองฝึก ครั้งละ | 500 บาท |
| - ฝึกได้ 8 ครั้งภายใน 2 เดือน (Stamp card) | 2,500 บาท |
| - คอร์สฝึก 1 เดือน | 2,900 บาท |
| - คอร์สฝึก 3 เดือน | 7,900 บาท |
| - คอร์สฝึก 6 เดือน | 14,000 บาท |
| - บริการการแพทย์แผนไทย (ประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกโยคะ) | |

ให้บริการตรวจประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนฝึกโยคะ โดยทางศูนย์ฝึกโยคะจะมีบริการให้ผู้มาฝึกโยคะได้รับการตรวจประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกโยคะที่สถานพยาบาลก่อนเริ่มลงคอร์สฝึก ทั้งนี้เพื่อประเมินให้รู้สภาพของร่างกายว่ามีอาการบาดเจ็บตรงส่วนไหนของร่างกายหรือไม่ เพื่อความปลอดภัยและความพร้อมของสภาพร่างกายก่อนการฝึก และนอกจากนี้ยังมีการให้บริการรักษาอาการบาดเจ็บกล้ามเนื้อ กระดูกและข้อต่างๆภายในร่างกายด้วยวิธีการแพทย์แผนไทยโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอีกด้วย โดยทางสถานพยาบาลจะเปิดให้บริการทุกวัน จันทร์ – อาทิตย์ 09.00 – 18.00 น.

บริการและอัตราค่าบริการ

1. อัตราค่าบริการการตรวจและประเมินสภาพร่างกายทั่วไป ครั้งละ 500 บาท

2. อัตราค่าบริการเพื่อจัดกระดูกด้วยเครื่องจัด ครั้งละ 1,000 บาท
3. อัตราค่านวดบำบัดรักษาอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อ ครั้งละ 800 บาท
4. อัตราค่าบริการรักษาพร้อมกับการใช้อุปกรณ์ช่วยพยุงหลัง (Support) 2,000 บาท

ศูนย์บริการการนวดแผนไทย

เปิดให้บริการนวดเพื่อสุขภาพสร้างความผ่อนคลายให้กับร่างกาย เปิดให้บริการทุกวันจันทร์

- อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 09.00 - 18.00 น.

บริการและอัตราค่าบริการ

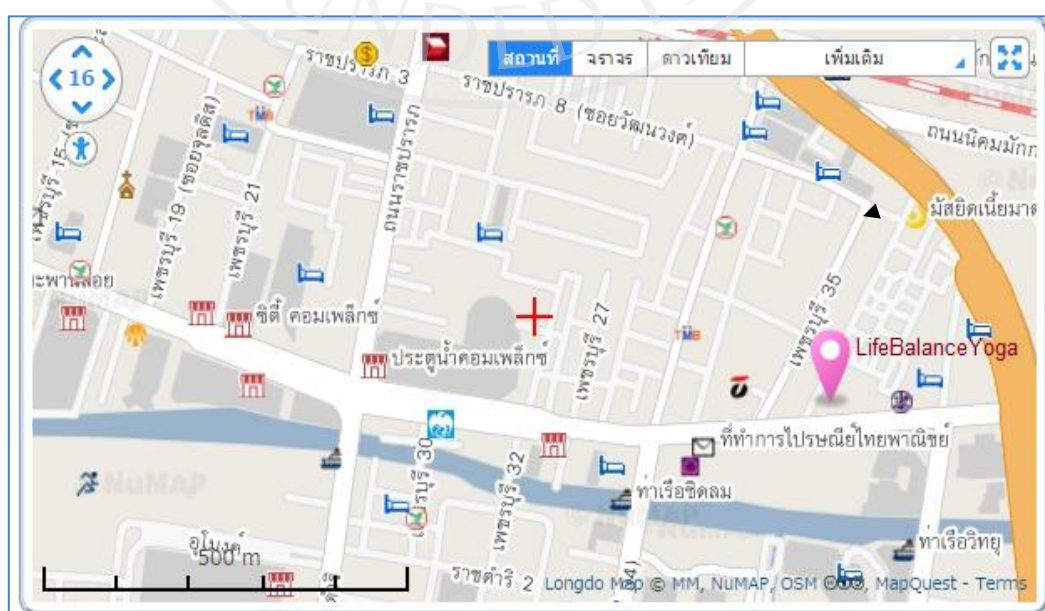
1. นวดประคบสมุนไพร 500 บาท/ ชั่วโมง 800บาท/ชั่วโมง
2. นวดเท้า 500 บาท/ชั่วโมงครึ่ง
3. นวดน้ำมันหอมระเหย 900 บาท/ชั่วโมงครึ่ง
4. นวดบำรุงผิวหน้า 800บาท/ชั่วโมง

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรนวดเพื่อสุขภาพ “โพลบาล์ม” มีจำหน่ายเป็นอัลเล็ก กลาง ใหญ่ เล็ก 25 กรัม 45 บาท กลาง 45 กรัม 75 บาท ใหญ่ 80 กรัม 110 บาท

5.3.3 สถานที่ตั้ง

ศูนย์ฝึกสุขภาพไลฟ์บาลานส์ เป็นอาคารชั้นเดียวมีพื้นที่ทั้งหมด 150 ตารางวา (600 ตารางเมตร) ตั้งอยู่ ใกล้ซอยเพชรบุรี 35 (พื้นที่ติดริมถนน) ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี

ภาพที่ 5.2: แผนที่พิกัดบริเวณที่ตั้ง ศูนย์สุขภาพ(Life Balance)

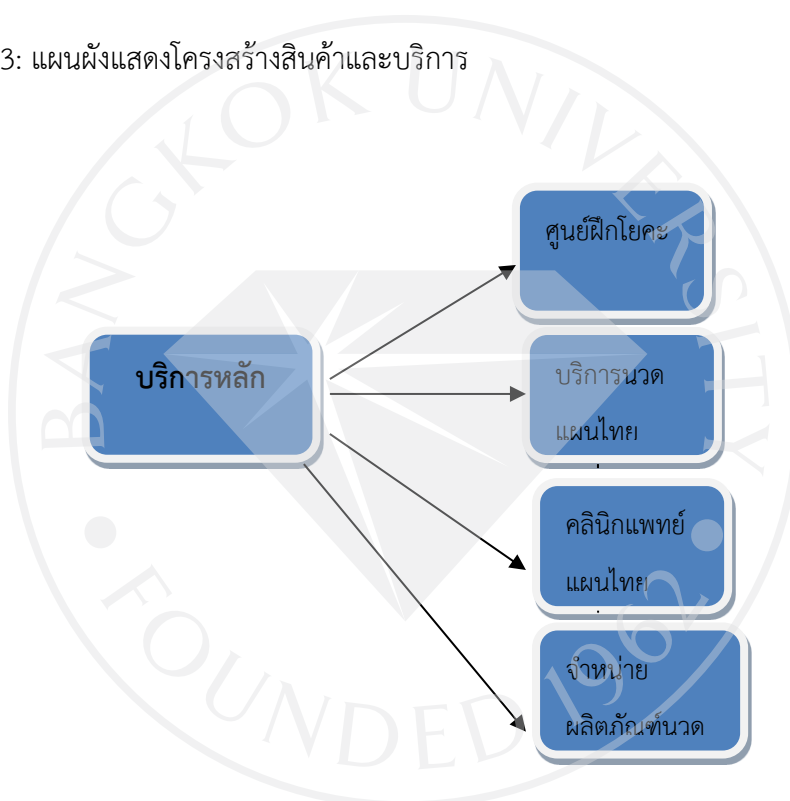


วิเคราะห์พื้นที่ตั้งโครงการ : พื้นที่ตั้งของศูนย์ฝึกโยคะ ติดริมนถนนอีกทั้งยังตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้าและมีระบบสาธารณูปโภคครบครันที่สะดวกทั้งการเดินทางและเป็นแหล่งช้อปปิ้งร้านค้ามากมายและฝั่งตรงข้ามของโครงการยังมีศูนย์การค้า “Smile Square Complex” ที่กำลังจะเปิดตัวก็เป็นโอกาสของโครงการที่จะได้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการที่ “Smile Square” อีกด้วย

5.4 โครงสร้างโครงการ

5.4.1 โครงสร้างสินค้าและบริการ

ภาพที่ 5.3: แผนผังแสดงโครงสร้างสินค้าและบริการ



ภายในศูนย์ประกอบไปด้วยลักษณะการให้บริการ 2 ส่วนหลัก คือส่วนที่เป็นศูนย์สุขภาพมีบริการฝึกสอนโยคะและบริการนวดแผนไทย และส่วนที่เป็นสถานพยาบาลคลินิกแพทย์แผนไทยมีบริการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกโยคะและมีบริการตรวจสภาพร่างกายเพื่อรักษาอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อ

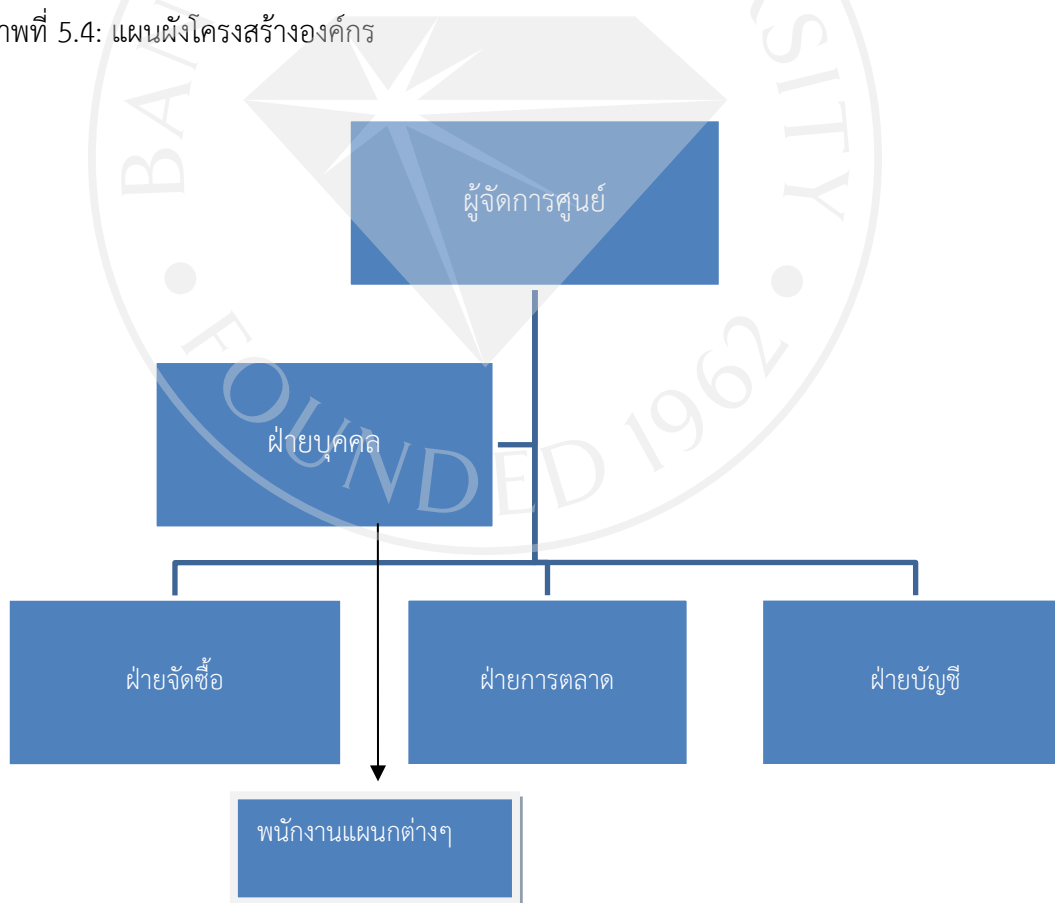
บริการหลัก

1. ศูนย์ฝึกโยคะขนาดพื้นที่ 25 mat ควบคุมการฝึกสอนโดยครูฝึกที่ได้รับมาตรฐานรองรับจากกระทรวงศึกษาธิการเปิดให้บริการฝึก วันละ 4 รอบฝึกเพื่อรองรับกลุ่มคนวัยทำงานในเขตพื้นที่ตั้งโครงการเป็นหลัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้สำหรับบริการลูกค้าทั้งล็อคเกอร์เก็บของ ห้องน้ำ และเครื่องดื่ม

2. บริการนวดแผนไทย เปิดให้บริการนวดเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย ได้แก่ นวดประคบสมุนไพร นวดเท้า นวดน้ำมันหอมระเหย และนวดบำรุงผิวหน้า โดยพนักงานนวดผ่านการรับรองฝีมือแรงงานจากกระทรวงแรงงาน เปิดให้บริการจำนวน 5 เตียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อม ห้องน้ำ และเครื่องดื่ม
3. สถานบริการการแพทย์แผนไทย เปิดให้บริการตรวจและประเมินสภาพร่างกายพร้อมทั้งรักษาอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อด้วยวิธีทางกายภาพบำบัดผสมผสานกับการแพทย์แผนไทย โดยแพทย์นักกายภาพบำบัดและแพทย์แผนไทยผู้ชำนาญการโดยศึกษาจบหลักสูตรทั้งกายภาพบำบัดและการแพทย์แผนไทยตามหลักสูตรข้อบังคับจากกระทรวงศึกษาธิการ ดังนั้นจึงรับรองมาตรฐานความปลอดภัยในการรักษาได้เป็นอย่างดี
4. จำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรนวดที่เป็นสูตรเฉพาะของศูนย์สุขภาพเอง

5.4.2 โครงสร้างองค์กร

ภาพที่ 5.4: แผนผังโครงสร้างองค์กร



โครงสร้างขององค์กรได้แบ่งตามหน้าที่และส่วนรับผิดชอบ ดังนี้

- **ผู้จัดการศูนย์** มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลภาพรวมของโครงการและกำหนดทิศทางการดำเนินงานของศูนย์ การวางเป้าหมายรายได้ วางแผนกลยุทธ์การตลาดรวมทั้งฝ่ายการตลาด
- **ฝ่ายบุคคล** มีหน้าที่ดูแลและจัดการวางแผนเรื่องกำลังคน จัดจ้างแรงงานตามแผน อบรมมาตรฐานของศูนย์บริการ รวมถึงประเมินเงินค่าจ้างพนักงาน
- **ฝ่ายจัดซื้อ** มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลประมาณความต้องการของวัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่จะนำไปใช้ในศูนย์บริการ รายงานจำนวนปริมาณและราคาต่อวัน
- **ฝ่ายการตลาด** มีหน้าที่ดูแลเรื่องการตลาดของศูนย์ คิด Promotion คิดการทำ CRM และการจัดทำคู่มือส่วนลดต่างๆ
- **ฝ่ายบัญชี** มีหน้าที่บันทึกต้นทุนสินค้าและบริการ บันทึกรายการสินค้าและบริการ ออกใบเสร็จขายและรายงานประจำวัน
- **พนักงานในส่วนแผนกต่างๆ ได้แก่**
 - ครูฝึกโยคะประจำห้องฝึกโยคะ มีหน้าที่ให้การสอนและดูแลความปลอดภัยให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการฝึกโยคะ
 - แพทย์ประจำคลินิกแพทย์แผนไทย อยู่ประจำที่คลินิกให้บริการตรวจและรักษาโรคทางกระดูกและกล้ามเนื้อ และประเมินความพร้อมของร่างกายให้แก่ผู้ที่เข้ามาฝึกโยคะ
 - พนักงานบริการนวด มีหน้าที่ดูแลและให้บริการนวดประจำห้องนวดให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการนวด
 - พนักงานประจำเคาน์เตอร์บริการลูกค้า มีหน้าที่ให้บริการต้อนรับลูกค้าส่วนหน้าที่เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการต่างๆ และข้อมูลด้านราคารวมถึงให้คำแนะนำลูกค้าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

5.5 วิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมทำให้เราเข้าใจถึงสถานการณ์แวดล้อมต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอกองค์กรและปัจจัยภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ดังนี้

5.5.1 บทวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน 5Cs

ตารางที่ 5.1: ตารางวิเคราะห์ Context


สิ่งแวดล้อม Context	ผลบวก	ผลลบ
Political การเมือง รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน การแพทย์ทางเลือก มุ่งเน้นให้ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง “Medical Hub”	1. ทำให้เปิดโอกาสธุรกิจศูนย์ สุขภาพขยายช่องทางการตลาด ได้มากขึ้น 2. รัฐบาลมีการช่วยส่งเสริม ยุทธศาสตร์แผนปฏิบัติการการ ประกอบธุรกิจศูนย์สุขภาพ	ผลในด้านลบยังไม่เห็นชัดเจน แต่ถ้ารัฐบาลไม่สามารถทำให้การ สนับสนุนไปถึงทั่วกันก็อาจทำ ให้นโยบายสนับสนุนไม่เป็นไป ตามเป้าหมายที่วางไว้
Economic เศรษฐกิจ ธุรกิจด้านสุขภาพกำลังเติบโต ไปพร้อมกับนโยบาย สนับสนุนจากรัฐบาลในด้าน ความเป็น Medical Hub	ทำให้ประเทศไทยเป็นจุด ศูนย์กลางสำคัญของธุรกิจศูนย์ สุขภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิง สุขภาพได้เป็นจำนวนมากเมื่อ เข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC)	1. การแข่งขันสูงในเรื่องราคา ค่าบริการ 2. เรื่องภาษาต่างประเทศของ แรงงานไทยที่ยังไม่พร้อมรับ AEC
Social สังคม การปรับอายุเกษียณจาก 60 ปี เป็น 65 ปี และการก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย จึงทำให้คนวัยทำงานยังต้อง ดูแลตัวเองเพื่อการเข้าสู่วัย ผู้สูงอายุที่ไม่มีใครดูแลและเพื่อ ส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรงขึ้น	ศูนย์สุขภาพจะเป็นทางเลือก อันดับแรกของผู้ที่ใส่ใจดูแลเรื่อง สุขภาพเพราะศูนย์สุขภาพไม่ ต้องรอให้เกิดการเจ็บป่วยก็เข้า รับบริการได้เลยเพราะเน้น รูปแบบการบริการที่ป้องกัน มากกว่ารักษา	ยิ่งผู้บริโภคให้ความสนใจมาก ขึ้นคุณภาพของการบริการก็ ต้องเป็นอันดับต้นๆที่ผู้บริโภค จะเลือกดังนั้นการลงทุนใน ธุรกิจก็ต้องมีเพิ่มมากขึ้นตามไป ด้วยในขณะที่การแข่งขันเรื่อง ราคาก็รุนแรง
Technology เทคโนโลยี 1. เทคโนโลยีทางด้าน การแพทย์เจริญก้าวหน้ามาก ขึ้น ยาแผนปัจจุบันและแพทย์ ไทยบางเราสามารถพัฒนา ใช้ได้เอง	สามารถสนับสนุนธุรกิจศูนย์ สุขภาพได้อย่างเต็มที่ ช่วยลด ต้นทุนในการที่ต้องนำเข้า วัตถุดิบเพื่อมาผลิตเพราะเรามี วัตถุดิบพร้อมที่จะผลิตได้เอง	ถ้ากรณีเป็นธุรกิจศูนย์สุขภาพ รายย่อยก็อาจมีปัญหาในด้าน การถูกต่อรองราคาจากซัพ พลายเออร์ก็เป็นได้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ตารางวิเคราะห์ Context

สิ่งแวดล้อม Context	ผลบวก	ผลลบ
2.เทคโนโลยีทางการสื่อสาร มี การพัฒนาระบบสัญญาณที่ รวดเร็วขึ้นทำให้การใช้งานบน Social Media ในด้านต่างๆ สื่อสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วขึ้น	ทำให้การโฆษณาผ่าน Social Media สะดวกมากขึ้นการสร้าง application สำหรับใช้งานใน ธุรกิจจึงเป็นเรื่องง่ายยิ่งขึ้นทำให้ ลูกค้าสามารถติดตามการ ประชาสัมพันธ์ได้แบบ real time เพิ่มโอกาสทางการตลาดมากขึ้น	พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง ได้รวดเร็วเพราะการเข้าถึง ช่องทาง social media ที่ หลากหลายสามารถดึงดูดให้ ผู้บริโภคเกิดความสนใจได้อย่าง ง่ายได้

ตารางที่ 5.2 : การวิเคราะห์ Company

	Strength จุดแข็ง	Weakness จุดอ่อน
	<ol style="list-style-type: none"> 1.มาตรฐานความปลอดภัยที่ศูนย์บริการ นำมาใช้เพื่อให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง โดย นำเอาการประเมินความพร้อมของ สภาพร่างกายมาใช้ก่อนการเริ่มฝึกโยคะ ด้วยศาสตร์การแพทย์แผนไทยนวดจัด กระดูก 2. การเป็นศูนย์สุขภาพที่เป็นได้ทั้งสถาน บำบัดรักษาและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ รวมอยู่ที่เดียวกัน 3. มีพันธมิตรที่ดีช่วยในการสนับสนุน ด้านปัจจัยการตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นศูนย์สุขภาพขนาดเล็กรองรับ ผู้ใช้บริการได้ไม่มากอาจจะยังไม่ น่าสนใจที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้ บริการ 2. เป็นศูนย์แห่งใหม่อาจยังได้ส่วนแบ่ง ตลาดไม่มาก 3.งบการลงทุนไม่สูงมากอาจมีข้อจำกัด ในเรื่องของการทำการตลาด 4.เรายังไม่สามารถผลิตวัตถุดิบเองได้ใน ขณะที่เราต้องใช้เป็นจำนวนมาก
สินค้าและบริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1.มีศูนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกด้วย วิธีการแพทย์แผนไทย 2.เป็นศูนย์สุขภาพที่มีบริการที่หลากหลายในศูนย์แต่มีความสอดคล้องกันในเรื่อง ของการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมเป็นทั้งสถานบำบัดและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ คือ มี การประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มฝึกด้วยศาสตร์การนวดจัดกระดูกและ มีบริการนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อให้ยืดหยุ่นเพื่อช่วยในการจัดกระดูก อีกทั้งยังเป็นสถานบำบัดรักษาทางด้านการแพทย์แผนไทยอีกด้วย 	

ตารางที่ 5.3: การวิเคราะห์พันธมิตร Collaborator

พันธมิตร	สนับสนุน	ต่อต้าน
สถาบันการสอนอาชีพต่างๆ	จัดหาบุคลากรในรูปแบบที่เราต้องการ ที่มีคุณภาพ ให้กับเรา	ธุรกิจศูนย์สุขภาพมีมากมายที่เป็นลูกค้าเราอาจจะต้องแข่งกับรายอื่นที่ต้องการบุคลากรเหมือนกับเรา
ร้านขายอุปกรณ์วัสดุขุดต่างๆที่ใช้ในกิจการ	เป็นลูกค้าประจำก็อาจจะมีส่วนลดในเรื่องราคาวัสดุขุดต่างๆ	ถ้าเราผูกขาดเจ้าเดียวเกินไปไม่มองหาแหล่งวัสดุขุดอื่นไว้สำรองเผื่อถ้าก็อาจจะมีอำนาจต่อรองเราได้
เจ้าของอาคารที่ให้เช่า	อาจมีส่วนช่วยแนะนำแหล่งที่ตั้งโครงการให้ลูกค้าได้รู้จักและเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น	หากกิจการเติบโตมากขึ้นอาจมีอำนาจต่อรองราคาค่าเช่าเราได้และอาจเล็งเห็นผลประโยชน์ที่ดินมีผลยกเลิกเช่าได้
บริษัททัวร์ต่างๆ, มัคคุเทศน์	ช่วยประชาสัมพันธ์บอกต่อให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ศูนย์ของเรา รวมทั้งอาจนำกรุ๊ปทัวร์ต่างชาติมาใช้บริการที่เราด้วยอีกทางหนึ่ง	ถ้าเราบริหารพันธมิตรส่วนนี้ได้ไม่ดีเราก็คงจะเสียส่วนแบ่งลูกค้าจากกลุ่มนี้ไปได้

ตารางที่ 5.4: การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น Copetitor

คู่แข่ง (Competitor)	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
1. ศูนย์ฝึกโยคะทั่วไป	1. ในด้านโยคะเรามีมาตรฐานความ	1. เป็นกิจการที่เข้ามาใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก
2. ธุรกิจสปาแนว	ปลอดภัยก่อนการฝึกเข้ามาอยู่ใน	
3. โรงพยาบาลเอกชนที่มี	บริการด้วย	2. เราเป็นศูนย์สุขภาพขนาดเล็กที่
ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพไว้บริการ	2. เป็นทั้งศูนย์ส่งเสริมสุขภาพและ	กลุ่มลูกค้ายังไม่ให้ความสนใจเป็น
4. ศูนย์การนวดแผนไทย	สถานบำบัดอยู่ที่เดียวกัน	อันดับแรกที่จะเลือกใช้บริการ
	3. รูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย	
	หลายและแตกต่าง ราคาไม่สูงเกิน	

ตารางที่ 5.5: การวิเคราะห์สถานการณ์ผู้บริโภค Consumer

ผู้บริโภค (Consumer)	ชอบ	ไม่ชอบ
	1. สถานที่ที่จะเข้าไปใช้ดูแลส่งเสริมสุขภาพ	1. ขั้นตอนการสมัครสมาชิกที่ยุ่งยาก
	2. ความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ	2. สถานที่ที่ดูไม่ปลอดภัย
	3. ความปลอดภัยของพื้นที่ให้บริการ	3. การเดินทางที่ไม่สะดวก
	4. ธรรมชาติแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ	4. ค่าใช้จ่ายที่บานปลายด้วยโปรโมชั่นที่ถูกยึดเหยียด
	5. ความรู้สึก ง่ายๆสบายๆเป็นกันเอง	
เป็นใคร	1. คนวัยทำงานและผู้สูงอายุที่รักในเรื่องของการดูแลสุขภาพ	
	2. คนวัยทำงานที่ได้รับความเครียดสุขภาพเริ่มแยลง	
	3. คนที่เจ็บป่วยและรักษาที่แพทย์แผนปัจจุบันอยู่แต่สนใจหาทางเลือกใหม่ในการรักษาควบคู่กันไป	
มีพฤติกรรมคือ	1. เครียดกับการทำงาน	
	2. อยากดูแลสุขภาพแต่ไม่มีเวลา	
	3. ผู้สูงอายุวัย 60 ปีขึ้นไปที่รักสุขภาพอยากเสริมสร้างให้แข็งแรง	
	4. สนใจเรื่องรูปร่างที่ดี	
ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง	ศูนย์สุขภาพใกล้ที่ทำงานหรือที่บ้าน ราคาไม่แพงและมีความพร้อมในด้าน	
	การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด	

5.5.2 การวิเคราะห์ What Why Who How

ตารางที่ 5.6: What Why Who How

<p>What</p> <p>เป็นศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมที่รวมเอาองค์ความรู้ใน 3 แขนง ได้แก่ การออกกำลังกาย แบบโยคะ การนวดแผนไทย และการนวดจัดกระดูก มาให้บริการ ทั้ง 3 องค์ความรู้ทางศูนย์สุขภาพได้นำมาให้บริการจัดการรูปแบบให้มีความสอดคล้องกันในเรื่องกระบวนการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม คือเป็นทั้งสถานบำบัดและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ เริ่มตั้งแต่การประเมินความพร้อมของสภาพร่างกายก่อนการฝึกโยคะด้วยศาสตร์การนวดจัดกระดูก การนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อให้มีความยืดหยุ่นรวมทั้งการบำบัดรักษาอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อด้วยวิธีการแพทย์แผนไทย</p>
<p style="text-align: center;">Why</p> <p>เพราะคนในสังคมหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพอย่างจริงจัง จึงทำให้ธุรกิจบริการด้านส่งเสริมสุขภาพอยู่ในความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างมากและมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว</p>
<p style="text-align: center;">Who</p> <p>เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานในกรุงเทพฯที่มีความต้องการอยากดูแลสุขภาพและการมีรูปร่างที่ดี อีกทั้งยังต้องการสถานที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานเพื่อป้องกันไม่สุขภาพย่ำแย่ และผู้สูงอายุวัยใกล้จะเกษียณที่ต้องการส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง</p>
<p style="text-align: center;">How</p> <p>เปิดเป็นศูนย์สุขภาพให้บริการในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค สะดวกในเรื่องของการเดินทาง มีแผนการโปรโมทและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนวัยทำงานในพื้นที่ใกล้เคียงและในพื้นที่ห่างไกลได้รู้จักโดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อทำให้ศูนย์สุขภาพได้เป็นที่รู้จักและอยู่ในอันดับต้นๆที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกใช้บริการ</p>

5.5.3 การวิเคราะห์ SWOT / Tows

ตารางที่ 5.7: การวิเคราะห์ SWOT / Tows

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ความปลอดภัยที่ศูนย์บริการนำมาใช้ก่อนการฝึกโยคะ 2.การเป็นทั้งสถานบำบัดและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพที่ในเดียวกัน 3.มีพันธมิตรที่ดี 	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.เป็นศูนย์ขนาดเล็กรองรับผู้ใช้บริการได้ไม่มาก 2.ยังใหม่ คนรู้จักน้อย 3. งบการลงทุนไม่สูงมากอาจมีข้อจำกัดในเรื่องการตลาด 4.ไม่สามารถผลิตวัตถุดิบเองได้
<p>โอกาส (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.คนสนใจดูแลสุขภาพอย่างจริงจัง 2.ธุรกิจศูนย์สุขภาพกำลังเติบโต 3.รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง “Medical Hub” เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4.ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร 	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.เน้นการโปรโมทเรื่องความปลอดภัยที่เราใช้ เพื่อสร้างความแตกต่างมีจุดเด่นเหนือคู่แข่ง 2. เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่าน social media เพื่อให้ศูนย์เป็นที่รู้จักในวงกว้างดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นได้ 	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.เน้นมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณเพื่อให้ศูนย์สุขภาพเป็นที่รู้จักในเรื่องคุณภาพการบริการจริงใจ 2.หาพันธมิตรที่ช่วยในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จัก เนื่องจากมีศูนย์สุขภาพเกิดขึ้นมากมาย
<p>ภัยคุกคาม (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.อัตราภาษีที่ดิน สิ่งปลูกสร้างเชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้น 2.ศูนย์สุขภาพมีมากการแข่งขันด้านราคาจึงสูง 3.การแข่งขันในเรื่องการบริการที่หลากหลายทำให้ต้องลงทุนสูง 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.บริหารต้นทุนให้อยู่ในระดับที่พอดีกับธุรกิจด้วยความสามารถของผู้บริหาร 2.สร้างกลยุทธ์เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดให้อยู่ในระดับที่ดีไม่ลดลงจะทำให้อยู่ในตลาดได้นาน 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ชะลอไม่เพิ่มทุนดูสถานการณ์รักษาระดับมาตรฐานบริการไม่ให้ลดลง 2.วางแผนโครงสร้างการบริหารใหม่

5.5.4 สรุปภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจศูนย์สุขภาพ

รายงานภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2558 ได้แบ่งขนาดธุรกิจศูนย์สุขภาพไว้เป็น 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก (S) ขนาดกลาง (M) และขนาดใหญ่ (L)

หมายเหตุ : หลักเกณฑ์การคิดขนาดของธุรกิจ อ้างอิงจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจัดกลุ่มดังต่อไปนี้

กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก (s) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท

กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง (M) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 50 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ (L) หมายถึง นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 200 ล้านบาท

และได้รายงานภาพรวมอุตสาหกรรม 2 ปีย้อนหลัง คือ ปี 2556 และปี 2557 แยกเป็นผลสรุปดังนี้

ภาพที่ 5.5: ผลสรุปภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพขนาดเล็ก

ภาพรวมอุตสาหกรรม	ขนาดเล็ก (S)			หน่วย
	2556	2557	2558	
จำนวนนิติบุคคลที่ส่งงบการเงิน	648	228	0	ราย
สินทรัพย์รวม	4,022.05	1,591.21	0.00	ล้านบาท
หนี้สินรวม	3,711.79	1,612.90	0.00	ล้านบาท
ส่วนแบ่งการตลาด	69.31	91.42	/0	%
รายได้รวม	2,592.54	763.17	0.00	ล้านบาท
กำไรขาดทุนขั้นต้น	108.34	15.19	0.00	ล้านบาท
กำไรขาดทุนสุทธิรวม	-301.66	-58.77	0.00	ล้านบาท

ภาพที่ 5.6: ผลสรุปภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพขนาดกลาง

ภาพรวมอุตสาหกรรม	ขนาดกลาง (M)			หน่วย
	2556	2557	2558	
จำนวนนิติบุคคลที่ส่งงบการเงิน	16	2	0	ราย
สินทรัพย์รวม	1,830.30	258.75	0.00	ล้านบาท
หนี้สินรวม	2,073.92	126.64	0.00	ล้านบาท
ส่วนแบ่งการตลาด	12.68	1.58	/0	%
รายได้รวม	474.22	13.22	0.00	ล้านบาท
กำไรขาดทุนขั้นต้น	0.00	0.00	0.00	ล้านบาท
กำไรขาดทุนสุทธิรวม	-47.06	-0.35	0.00	ล้านบาท

ภาพที่ 5.7: ผลสรุปภาพรวมธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพขนาดใหญ่

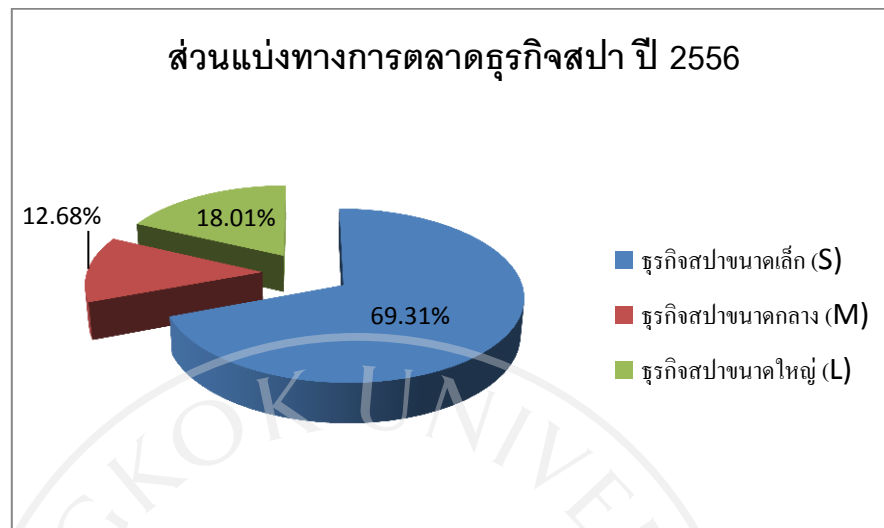
ภาพรวมอุตสาหกรรม	ขนาดใหญ่ (L)			หน่วย
	2556	2557	2558	
จำนวนนิติบุคคลที่ส่งงบการเงิน	7	1	0	ราย
สินทรัพย์รวม	3,384.11	543.70	0.00	ล้านบาท
หนี้สินรวม	2,457.14	640.03	0.00	ล้านบาท
ส่วนแบ่งการตลาด	18.01	6.99	/0	%
รายได้รวม	673.64	58.37	0.00	ล้านบาท
กำไรขาดทุนขั้นต้น	0.00	0.00	0.00	ล้านบาท
กำไรขาดทุนสุทธิรวม	112.64	-21.41	0.00	ล้านบาท

สรุปผลวิเคราะห์จากตารางภาพรวมของธุรกิจสปาทั้ง 3 ขนาด ในด้านส่วนแบ่งทางการตลาด จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาขนาดเล็ก (S) มีส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มธุรกิจเดียวกันมากที่สุด ทั้ง 2 ปี คือ ปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 69.31 ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 91.42 รองลงมา คือ ธุรกิจสปาขนาดใหญ่ (L) ปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 18.01 ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 6.99 และธุรกิจสปาขนาดกลาง (M) ปี 2556 คิดเป็นร้อยละ 12.68 ปี 2557 คิดเป็นร้อยละ 1.58

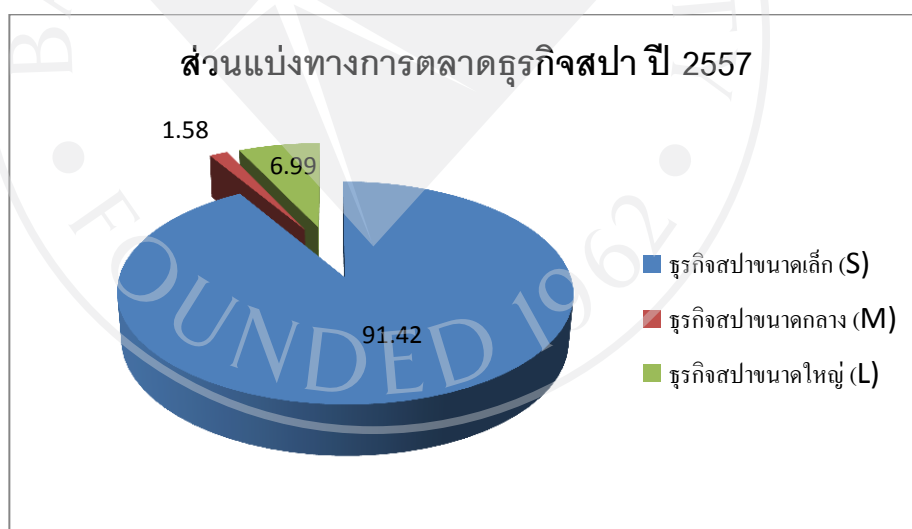
จะเห็นได้ว่าธุรกิจสปาขนาดเล็ก (S) เติบโตในระดับที่สูงเมื่อเทียบกับตัวเลขส่วนแบ่งทางการตลาดทั้ง 2 ปี ส่วนการเติบโตของธุรกิจสปาขนาดกลาง (M) และขนาดใหญ่ (L) มีการเติบโตลดลงเมื่อเทียบกับตัวเลขส่วนแบ่งทางการตลาด

จากการแบ่งขนาดธุรกิจสปาของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ศูนย์สุขภาพ Life Balance มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท (ตัวเลขอ้างอิงจากงบดุลของกิจการในบทที่ 6) ดังนั้นการเทียบส่วนแบ่งตลาดของกิจการจึงจัดอยู่ในกลุ่มของธุรกิจสปาขนาดเล็ก (S)




ภาพที่ 5.8: แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจสปา ปี 2556



ภาพที่ 5.9: แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งทางการตลาดธุรกิจสปา ปี 2557



ตารางที่ 5.8: ตารางแสดงการวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรมธุรกิจสปา

ปัจจัยในการสร้างความสำเร็จ (Key Competitive Success Factors)		จุดแข็งของ  และคู่แข่ง											
ปัจจัย (Factors)	การให้น้ำหนัก (Weights)	จุดแข็งของ 		คู่แข่ง (Competitor)									
				จันท์ มาสสาส แอนด์ สปา		จันท์ สปาเฮลท์ แอนด์ เวลเนส		มนตรา รีทรีท		ซีโอบยะ			
1.คุณภาพของบุคลากร	0.18	8	1.44	10	1.80	10	1.80	8	1.80	10	1.80	9.5	1.71
2.สิ่งอำนวยความสะดวก	0.15	7	1.05	8	1.2	8	1.2	7	1.05	8	1.20	7	1.05
3.บริการพิเศษที่เป็นจุดขาย	0.15	9	1.35	7	1.05	7	1.05	7	1.05	7	1.05	9	1.35
4.การประชาสัมพันธ์	0.14	7	0.98	7	0.98	7	0.98	7	0.98	7	0.98	8	1.12
5.คุณภาพของสินค้าและบริการ	0.14	8	1.12	10	1.40	10	1.40	9	1.26	9	1.26	9	1.26
6.ค่าบริการที่เหมาะสม	0.14	8	1.12	9	1.26	9	1.26	9	1.26	9	1.26	8	1.12
7.สถานที่ตั้งโครงการ	0.10	7	0.7	10	1	8	0.8	10	1	10	1	7	0.7
		7.76		8.69		8.49		8.40		8.55		8.31	
Total Strategic Muscle	100%	18.50%		21%		20%		20%		20%			
Current Market Share		1.31%		1.30%		1.21%		1.11%		0.86%			

หมายเหตุ : ตัวเลข Current Market Share คำนวณจากยอดรวมรายได้ธุรกิจสปาขนาดเล็กเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร ปี 2557 ที่ยอดรวมรายได้ 763,000,000 ล้านบาท โดยใช้รายได้รวมของแต่ละธุรกิจสปาทั้งปี/ยอดรวมรายได้ทั้งหมด*100 ข้อมูลสรุปทั้งหมดจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ปี 2558

สรุปจากตารางการวิเคราะห์คู่แข่งศูนย์สุขภาพ Life Balance จุดแข็งขององค์กรอยู่ที่ 18.50% เมื่อเทียบกับคู่แข่ง แต่ภาพรวมทั้งหมดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรกับคู่แข่งอยู่ในระดับไม่ห่างกันมากนัก แต่อย่างไรก็ตามตามศูนย์สุขภาพ Life Balance ก็พยายามที่จะพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ของตัวเองในด้านบุคลากร ด้านคุณภาพสินค้าและบริการและด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทัดเทียมกับคู่แข่งได้ในลำดับที่ 1 กับ 2 ซึ่งมีเปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 21% และ 20% ตามลำดับ โดยใช้กระบวนการ Benchmarking คือ การเปรียบเทียบวัด และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการปฏิบัติที่ดี/เป็นเลิศ กับบริษัทที่เราเทียบแล้วว่าดีกว่าเรา หลังจากนั้นก็นำมาใช้ปรับปรุงองค์กรของเราเองเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้น

ส่วนเปอร์เซ็นต์เฉลี่ยสมมุติฐานส่วนแบ่งทางการตลาด ศูนย์สุขภาพ Life Balance อยู่ที่ 1.31% ทั้งนี้ได้คำนวณจากสมมุติฐานรายได้จากบทงบประมาณ ที่รายได้เฉลี่ย 1 ปี 10,000,000 ล้านบาท (สิ้นปีการทุนปีแรก) โดยนำมาคำนวณกับรายได้รวมจริงของธุรกิจสปา ปี 2557 ตามรายงานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

5.6 การวิเคราะห์การตลาด

ตารางที่ 5.9: การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P)

Product / Consumer / Function	1.สถานที่ฝึกโยคะ ฝึกสอนโยคะสำหรับผู้สนใจเรียนรู้ศาสตร์โยคะและเพื่อสุขภาพ 2.สถานที่บริการนวดเพื่อสุขภาพ ให้บริการนวดเพื่อความผ่อนคลายและสุขภาพ 3.คลินิกแพทย์แผนไทยการจัดกระดูก ให้บริการตรวจประเมินสภาพร่างกายและรักษาอาการบาดเจ็บทางร่างกาย กระดูกและกล้ามเนื้อ
Price / Cost / Value	1.ราคามาตรฐานในระดับที่ลูกค้าพอใจ 2.ราคาคุ้มค่ากับการบริการที่ได้รับ 3.ความพึงพอใจหลังได้รับบริการ ความสุขความผ่อนคลาย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.9 (ต่อ): การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P)

Place / Convenience	<ol style="list-style-type: none"> 1.การเดินทางที่สะดวกสบาย ใกล้เส้นทางคมนาคม 2.สถานที่ตั้งใกล้แหล่งสาธารณูปโภค 3.สถานที่ตั้งใกล้ย่านธุรกิจ แหล่งออฟฟิศทำงาน
Promotion / Communication / Automation	<ol style="list-style-type: none"> 1.การใช้ช่องทาง social media ประชาสัมพันธ์ธุรกิจแบบ real time 2.การจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดใจลูกค้า 3.การประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงพื้นที่กลุ่มเป้าหมายในระแวกพื้นที่ตั้งโครงการ

ตารางที่ 5.10: การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7Ps,7Cs)

7P	7C
Product (ผลิตภัณฑ์) <ol style="list-style-type: none"> 1.ความมีชื่อเสียงของศูนย์สุขภาพ 2.ความหลากหลายของบริการ 3.บริการได้รับการรับรองมาตรฐานโดยสถาบันที่เชื่อถือได้ 	Customer (ลูกค้า) <ol style="list-style-type: none"> 1.ไว้ใจและยอมรับตัดสินใจใช้บริการ 2.เกิดความน่าสนใจจึงตัดสินใจใช้บริการ 3.รู้สึกปลอดภัยที่จะเลือกใช้บริการ
Price (ราคา) <ol style="list-style-type: none"> 1.ค่าสมาชิก/ค่าใช้บริการมีความเหมาะสม 2.ค่าใช้บริการแสดงไว้ชัดเจน 	Cost (ราคา) <ol style="list-style-type: none"> 1.พึงพอใจในความเหมาะสมไม่สูงเกินอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ 2.ตัดสินใจได้ง่ายไม่ลังเลเมื่อเห็นราคาแสดงชัดเจน
Place (สถานที่จัดจำหน่าย) <ol style="list-style-type: none"> 1.สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง 2.สถานที่ตั้งใกล้แหล่งสาธารณูปโภค 3.สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน 	Convenience (ความสะดวกในการซื้อ) <ol style="list-style-type: none"> 1.ไม่ลำบากในการเดินทางมาใช้บริการ 2.สะดวกที่จะได้ทำธุรกรรมอื่นไปด้วย 3.สามารถใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า ประหยัดเวลาไม่ต้องเดินทาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.10 (ต่อ): การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7Ps,7Cs)

7Ps	7Cs
<p>Promotion (การส่งเสริมการขาย)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ 2.การให้ทดลองใช้บริการฟรี 3.ข้อมูลด้านการบริการที่ครบถ้วน 	<p>Communication (การสื่อสารรายละเอียด)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.พอใจที่รับรู้รายละเอียดสินค้าบริการที่ชัดเจนครบถ้วน 2.พอใจที่ได้ลองใช้บริการก่อนตัดสินใจซื้อ 3.พอใจที่สามารถสืบหาข้อมูลบริการได้หลายช่องทาง
<p>People (พนักงานในองค์กร)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.พนักงานกิริยามารยาทดีในการให้บริการ 2.พนักงานเอาใจใส่ยิ้มแย้มแจ่มใสในการบริการ 3.พนักงานสามารถแนะนำรายละเอียดได้เป็นอย่างดี 	<p>Caring/Competence Courtesy (กิริยามารยาท)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.พอใจที่ได้รับบริการที่ดีและบริการอย่างเป็นมิตรของพนักงาน 2.ความสามารถในการให้บริการข้อมูลสินค้าของพนักงานเป็นที่ถูกใจ
<p>Physical Environment (ด้านกายภาพ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.มีห้องรับรองและห้องน้ำไว้ให้บริการ 2.สถานที่บริการสะอาด อากาศถ่ายเทดี 3.สถานที่ตกแต่งสวยงาม 	<p>Comfortable (ความสะดวกสบาย)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.รู้สึกดีที่มีมุมให้นั่งรอเป็นสัดส่วน เมื่อมาติดต่อหรือมาใช้บริการประจำ 2.รู้สึกอุ่นใจที่มีห้องน้ำไว้บริการใกล้ๆ 3.รู้สึกรื่นรมย์ที่ได้เข้ามาใช้สถานที่บริการที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงาม
<p>Process (กระบวนการ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.มีการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนฝึกโยคะ 2.การให้บริการเป็นระบบและรวดเร็ว 3.แจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน ระหว่างและหลังฝึกโยคะ 	<p>Complete (ความต่อเนื่องในการประสานงาน)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.รู้สึกน่าสนใจและมั่นใจที่ศูนย์มีบริการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกโยคะเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า 2.รู้สึกไม่เสียเวลากับการที่ต้องรอรับบริการ เพราะสะดวกและรวดเร็ว 3.อุ่นใจที่ศูนย์บริการให้ความใส่ใจกับกระบวนการที่ถูกต้องในการฝึกโยคะ

5.7 การกำหนดกลยุทธ์ตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ โดยปกติแล้วการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของแต่ละธุรกิจจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลัก STP เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าที่เราจะเปลี่ยนให้มาเป็นลูกค้า เป้าหมายว่าเราต้องการอะไรจากการทำการตลาด

5.7.1 การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย STP (Segmentation Targeting Positioning)

S-Segmentation เป็นกลุ่มคนที่รักการดูแลสุขภาพ ชอบเล่นโยคะ ชอบการนวดเพื่อสุขภาพ

T-Targeting มีตลาดเน้นไปที่เป้าหมายวัยทำงาน มีกำลังซื้อปานกลาง ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ กำลังมองหาสถานที่ให้บริการด้านสุขภาพที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพและผ่อนคลายความเครียด ในบรรยากาศที่เป็นกันเองเรียบง่ายสบายๆ

P-Positioning ศูนย์สุขภาพ Life Balance จัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพราคาปานกลาง แต่เน้นในเรื่องการให้บริการที่มีคุณภาพที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพของลูกค้า ตกแต่งสถานที่สวยงาม มีบริการที่เอาใจใส่และเป็นมิตร

5.7.2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Position)

ภาพที่ 5.10: กำหนดตำแหน่งทางการตลาด



ศูนย์สุขภาพ Life Balance มุ่งเน้นส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้กับผู้มาใช้บริการ ดังนั้นจึงนำเสนอ การบริการทุกอย่างภายในศูนย์ให้มีคุณภาพที่จะช่วยทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสุขภาพของผู้ใช้บริการ มากที่สุดในราคาระดับปานกลางและสามารถสร้างรายได้และเติบโตไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ จึง กำหนดตำแหน่งทางการตลาดไว้ที่รายได้และราคา

5.7.3 การวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation)

5.7.3.1 การกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

กลยุทธ์ระดับองค์กรของศูนย์สุขภาพได้กำหนดภาพรวมขององค์กรให้มีการเติบโตของยอดขายการ บริการที่ 5% ในทุกๆปี ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดแนวทางดำเนินการดังนี้

- วางแผนใช้กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) ให้เป็นแนวทางในการดำเนินการ วางแผนการปฏิบัติงาน โดยได้กำหนดแผนการเติบโตให้เป็นในลักษณะการขยายตัวภายในองค์กร (Internal Growth) โดยจะใช้กลยุทธ์การเติบโต Old Product/New Market มุ่งขยายฐานลูกค้า กลุ่มใหม่แต่ยังคงใช้ผลิตภัณฑ์เดิมที่ให้บริการอยู่พุ่งเป้าไปที่กลุ่มแม่บ้านที่ต้องการดูแลสุขภาพแต่ไม่ สะดวกที่จะเดินทางออกมาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพได้

- การกำหนดใช้กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้การสื่อสารทั้ง 2 แบบ ได้แก่ การสื่อสารจากบนสู่ล่าง (Downward Communication) และการติดต่อสื่อสารจากล่างสู่บน (Upward Communication) สร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างทุกคนในองค์กรเพื่อการดำเนิน กลยุทธ์ให้เป็นไปตรงเป้าหมายที่วางไว้ โดยจัดให้มีการประชุมเพื่อวางแผนและมอบหมายงานประจำ ทุกๆเดือน

5.7.3.2 การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) เป็นการกำหนด กลยุทธ์เพื่อใช้ในการวางแผนการแข่งขันเพื่อให้องค์กรสามารถชนะคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ สำหรับกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้ศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้เปรียบคู่แข่งก็คือ กลยุทธ์การริเริ่ม เป็นผู้นำ (First Mover Strategy) โดยทางศูนย์ได้มีการนำเอาวิธีการแผนแพทยไทยศาสตร์การจัด กระดูคนมาประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายของผู้ฝึกโยคะเพื่อป้องกันปัญหาการเกิดการ บาดเจ็บในระหว่างการฝึกโยคะ ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกโยคะแห่งแรกที่ใช้วิธีการประเมินนี้แทนการซักถาม อาการด้วยปากเปล่าอย่างเช่นที่ศูนย์ฝึกโยคะทั่วไปปฏิบัติกัน ทั้งนี้ด้วยวิธีการนี้จะเป็นเหมือนการ รับรองความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานระดับหนึ่ง

5.7.3.3 การกำหนดกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Operation Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ ครอบคลุมวิธีการในการแข่งขันแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในหน้าที่ต่างๆ (Function) มุ่งเน้นให้แผนกหน่วยงาน พัฒนา

ยุทธ์ขึ้นมาภายใต้กรอบกลยุทธ์ระดับองค์กรและระดับธุรกิจ ซึ่งศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้กำหนดแผนงานแต่ละแผนกไว้ดังนี้

- ด้านแผนการดำเนินงานทั่วไปของศูนย์สุขภาพ มุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์การบริการ (Product) และการให้บริการของพนักงานในศูนย์ด้วยแนวคิดเรื่องการส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้กับลูกค้า โดยให้การยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเองและเกิดการผ่อนคลายเมื่อมาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพ Life Balance

- ด้านการตลาด วางแนวทางการเพิ่มอัตราการเติบโตให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กลยุทธ์ระดับองค์กรได้วางแผนไว้ ด้วยการคิด Promotion เพื่อส่งเสริมการขาย บริหารงานสมาชิกของศูนย์ Promotion ที่ศูนย์ได้วางแผนไว้ก็คือ การจัดทำคูปองส่วนลด และบัตรของขวัญเพื่อสุขภาพซึ่งเป็น Promotion ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการศูนย์สุขภาพ

- ด้านบุคลากร ศูนย์สุขภาพ Life Balance เน้นคุณภาพความสารถของบุคลากรเป็นหลักจึงได้มีการกำหนดแผนการอบรมบุคลากรไว้ทุกเดือน เพื่อประเมินความสามารถและเพื่อปรับปรุงพัฒนาให้มีศักยภาพมากขึ้นต่อไป

- ด้านการเงิน มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อให้เกิดผลการลงทุนที่คุ้มค่า แนวทางที่ศูนย์ได้วางแผนไว้ก็คือการใช้พื้นที่ว่างสนามหญ้าเป็นพื้นที่ให้เช่าเพื่อจัดกิจกรรม ซึ่งก็ทำให้เกิดประโยชน์พื้นที่การใช้งานสูงสุดเพิ่มรายได้อีกช่องทาง และการจัดสรรการใช้วัตถุดิบให้พอดีกับการใช้งานไม่เหลือให้เสียประโยชน์ต่อการใช้งาน

5.8 กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ (Growing the Community)

กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจทางศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้มีการกำหนดแผนการพัฒนาธุรกิจ โดยแบ่งการพัฒนาตามช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ ไว้เป็นดังนี้

ตารางที่ 5.11: กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ

Build ระยะเวลา 1-3 ปี
เป้าหมาย เพื่อให้ศูนย์สุขภาพติดอันดับความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ทฤษฎีสี่งกระดับให้เกิดการตอบสนอง และตระหนักถึงความต้องการ
1.เก็บรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมอุตสาหกรรม วางแผนกำหนดรูปแบบธุรกิจจัดตั้งโครงการศูนย์สุขภาพองค์รวม
2.เปิดตัวโครงการโดยการเชิญกลุ่มพนักงานธนาคาร พนักงานบริษัท ผู้ประกอบการในศูนย์การค้า “Platinum” ประมาณ 40 คนมาร่วมพิธีเปิด
3.จัดกิจกรรมโชว์จากครูกฎโยคะ จัดบอร์ดความรู้เกี่ยวกับการนวดและการจัดกระดูก การฝึกโยคะให้ผู้เข้าร่วมงาน ได้รับทราบข้อมูลเบื้องต้นของบริการในศูนย์สุขภาพ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.11 (ต่อ): กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ

4.จัดทำโบชัวร์แจ้งรายละเอียดการบริการและอัตราค่าบริการให้ทราบอย่างชัดเจน
5.แจกคู่มือให้ทดลองเข้าใช้บริการฟรี
6.จัดทำ www. /Instagram /Twitter/Line เพื่อให้ลูกค้าติดตามได้ทุกช่องทาง
Retain ระยะเวลาปีที่ 4-6
เป้าหมาย เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ โดยใช้แนวคิดการสร้างความปลอดภัยสูงสุดให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค
1. พัฒนาสินค้าบริการให้หลากหลายขึ้น เช่น การเพิ่มหลักสูตรโยคะ Pilatist
2. บอกรับสมาชิกมีการให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกรายปี รายเดือน เป็น Gift Set เป็นคูปองส่วนลด เป็นต้น
3. จัดกิจกรรมสนทนาการด้านสุขภาพโดยให้ลูกค้าและสมาชิกของคุณเข้ามามีส่วนร่วม
Expand ระยะเวลาปีที่ 7-8
เป้าหมาย ขยายบริการเพื่อรองรับความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองโดยใช้แนวคิดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
1. ทำการตลาดให้เข้าไปถึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีเวลาเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพ เช่น แม่ค้า พ่อค้า หรือแม่บ้าน โดยการส่งครูผู้ฝึกโยคะ หรือพนักงานนัด เข้าไปบริการที่ที่พักอาศัย
2. จัดทำโปรโมชัน “สุขภาพดีอยู่ที่ทำงานก็สร้างได้” โดยการเปิดรับทำสมาชิกกับกลุ่มบริษัทในเขตพื้นที่ใกล้ศูนย์สุขภาพเพื่อจัดหาครูผู้ฝึกโยคะเข้าไป training พนักงานในออฟฟิศทุกช่วงเวลาที่ต้องการ โดยเป็นสมาชิกราย 6 เดือน
Infect ระยะเวลาปีที่ 9-10
เป้าหมาย เพื่อแพร่กระจายสินค้าและบริการให้เข้าถึงตลาดใหม่ โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความ ต้องการของผู้บริโภค
1.จัดโยคะสัญจรไปยังสวนสุขภาพต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกเย็นวันเสาร์ สัปดาห์ละ 1 วัน เพื่อเข้าถึงตลาดใหม่ในกลุ่มคนรักสุขภาพแต่ไม่ชอบไปใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพและยังไม่รู้จักเรา รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่นิยมไปเดินเล่นออกกำลังกายในสวนสุขภาพ เพื่อสร้างทัศนคติใหม่ๆของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพให้กับคนกลุ่มนี้และในที่สุดเราก็จะได้ฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่ม
2.จัดกิจกรรมด้านสุขภาพร่วมกับกรุงเทพมหานครเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มคนที่ยังไม่เคยเข้ามาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพด้วยตัวเองและในที่สุดก็กลายมาเป็นลูกค้าที่ศูนย์สุขภาพ

บทสรุปเป้าหมายการพัฒนาธุรกิจ จากกิจกรรมทั้งหมดที่วางแผนไว้ ถ้าได้นำมาปฏิบัติตาม แนวที่วางไว้อย่างเป็นรูปธรรมก็จะทำให้เกิดผลทั้งทางด้านรายได้ให้กับองค์กร ยอดขายแพ็คเกจเพิ่มขึ้น กลุ่มลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้เกิดผลดีต่อศูนย์สุขภาพในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีส่วนช่วยกระตุ้น ทำให้คนในกรุงเทพมหานครหันมาใส่ใจและดูแลสุขภาพกันอย่างจริงจังสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้องค์กรเป็นที่รู้จักในระดับกรุงเทพฯในฐานะศูนย์สุขภาพที่มี

นโยบายส่งเสริมสุขภาพอย่างจริงจังซึ่งมีผลทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพเข้ามาใช้บริการกับทางศูนย์เพิ่มขึ้นอีกด้วย ก็จะเป็นอีกผลสำเร็จหนึ่งในแผนกลยุทธ์ที่ศูนย์สุขภาพได้วางไว้



บทที่ 6 งบการเงิน

6.1 ข้อเสนอสมมติฐานแผนการเงินของโครงการ (Financial Planning)

กิจการจัดตั้งศูนย์ไทยสัปปายะบริการนวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก รับเงินลงทุนจากสมาชิกผู้ถือหุ้น 4,5000,000 บาท หลังมีรายได้ลักษณะปกติหรือดีเยี่ยมกิจการได้มีการกำหนดคืนทุนทั้งหมดภายใน 5 ปี โดยคำนวณผลค่าใช้จ่ายบริการจากศูนย์ฝึกโยคะ นวดแผนไทย คลินิกจัดกระดูกและผลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวดเพื่อสุขภาพ(ไพลบาล์ม) และค่าใช้จ่ายส่วนอื่นๆทั้งหมดแล้ว

6.2 การประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวม

ตาม “พระราชบัญญัติให้ใช้บทบัญญัติบรรพ ๑ แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่ได้ตรวจชำระใหม่ พ.ศ. ๒๕๓๕” กล่าวไว้ว่า มาตรา ๑๑๑๐ เมื่อได้ประชุมตั้งบริษัทแล้ว ให้ผู้เริ่มก่อการบริษัทมอบการทั้งปวงให้แก่กรรมการของบริษัท

เมื่อกรรมการได้รับการแล้ว ก็ให้ลงมือจัดการเรียกให้ผู้เริ่มก่อการและผู้เข้าซื้อหุ้นทั้งหลายใช้เงินในหุ้น ซึ่งจะต้องใช้เป็นตัวเงินเรียกหุ้นหนึ่งไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้า ตามที่ได้กำหนดไว้ในหนังสือชี้ชวนบอกกล่าวป่าวร้องหรือหนังสือชวนให้ซื้อหุ้น (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2535)

ทางกิจการจึงนำเงินในส่วนเจ้าของ ซึ่งเป็นต้นทุนเงินลงทุนในช่วงเริ่มต้น 4,5000,000 บาท ทำให้เป็นสัดส่วนร้อยละเปอร์เซ็นต์ (100%) ต่อกิจการ ดังนี้

แหล่งที่มาของเงินทุน

- เงินลงทุนบริษัทในส่วนตัวเจ้าของ 3 คน (1,500,000 บาท/คน)	4,5000,000 บาท
รวมแหล่งที่มาของเงินทุน	4,5000,000 บาท

แหล่งใช้ไปของเงินทุน

- ค่าเช่าอาคารงวดแรก (70,000/เดือน)	
ค่าประกัน 3 เดือน	210,000 บาท
ค่าล่วงหน้า 3 เดือน	210,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายค่าเช่าอาคาร	420,000 บาท
- ค่าตกแต่งภายในอาคาร 300 ตร.ม. (6,000/ตร.ม.)	
ค่าออกแบบภายใน	100,000 บาท
ห้องฝึกโยคะ ขนาด 150 ตร.ม. (ความจุ 30 คน)	900,000 บาท
ห้องนวด ขนาด 38 ตร.ม. (ความจุ 5 เตียง)	228,000 บาท
ห้องคลินิกจัดกระดูก ขนาด 50 ตร.ม. (ความจุ 30 คน)	300,000 บาท

ห้องรับรอง ขนาด 40 ตร.ม (ความจุ 30 คน)	240,000 บาท
ห้อง Office ขนาด 30 ตร.ม (ความจุ (ความจุ 15 คน)	180,000 บาท
ห้องพักผ่อนขนาด 30 ตร.ม (ความจุ 15 คน)	180,000 บาท
ห้องน้ำ ขนาด 12 ตร.ม (ความจุ 6 คน)	72,000 บาท
รวมค่าตกแต่งภายในอาคาร	2,200,000 บาท
- ค่าก่อสร้างพื้นที่ภายนอกอาคาร	
*พื้นที่ภายนอกอาคาร (2,000/ตร.ม)	
พื้นที่ลานจอดรถ ขนาด 120 ตร.ม	240,000 บาท
ลานสนามหญ้า ขนาด 90 ตร.ม (เหมาะจ่าย 100 ตร.ม)	35,000 บาท
รวมค่าก่อสร้างภายนอกอาคาร	275,000 บาท
- ค่าเฟอร์นิเจอร์	
เตียงห้องนวด 5 เตียง	40,000 บาท
เตียงคลินิกนวดจัดกระดูก 3 เตียง	15,000 บาท
ตู้เย็น 2 เครื่อง	30,000 บาท
ลิнокเกอร์ขนาด 12 ประตู 3 ตู้	19,131 บาท
ชั้นวางของห้องนวด 5 ชั้น	4,000 บาท
ชุดโซฟา 1 ชุด (ห้องรับแขก)	5,400 บาท
โต๊ะกินข้าว 1 ชุด (ห้องพักผ่อน)	2,000 บาท
เก้าอี้ชุดนั่ง 3 ที่ 1ชุด	6,890 บาท
พาร์ทิชั่นแบบกระจกฝ้า 2 ชุด	21,230 บาท
อ่างนวดเท้า 2 อ่าง	2,780 บาท
ตู้เก็บรองเท้า ขนาด 12 คู่ 2 ตู้	5,476 บาท
ซุ้มชิงช้าไม้	5,900 บาท
ตู้จดหมายไม้บ้านนก	900 บาท
โถสุขภัณฑ์ 4 ชุด	38,540 บาท
ชุดฝึกบัว 2 ชุด	9,000 บาท
ชุดอ่างล้างหน้า 4 ชุด	15,280 บาท
ซิงค์ล้างจาน	3,595 บาท
รวมค่าใช้จ่ายเฟอร์นิเจอร์	225,122 บาท

- ค่าเครื่องจัดกระดูก	300,000 บาท
- ค่าอุปกรณ์สำนักงาน	
เครื่องโทรศัพท์ตั้งโต๊ะ 2 เครื่อง	4,000 บาท
เครื่องถ่ายเอกสารแฟกซ์ในตัว 1 เครื่อง	6,500 บาท
เครื่องคิดคำนวณเลข 1 เครื่อง	700 บาท
กล่องเซฟ 1 กล่อง	3,890 บาท
โต๊ะทำงานชุดเล็ก 4 ชุด	25,160 บาท
โต๊ะทำงานชุดใหญ่ 1 ชุด	12,800 บาท
ตู้เก็บเอกสาร 2 ตู้	11,780 บาท
ชั้นวางเอกสาร 1 ชุด	3,190 บาท
รวมค่าใช้จ่ายอุปกรณ์สำนักงาน	68,020 บาท
- ค่าเครื่องปรับอากาศ 5 จุด	
ขนาด 12,243 BTU 2 เครื่อง (32,500/เครื่อง)	65,000 บาท
ขนาด 9,142 BTU 3 เครื่อง (21,800 /เครื่อง)	65,400 บาท
รวมค่าใช้จ่ายเครื่องปรับอากาศ	130,400 บาท
- ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์ 3 ชุด (20,000/เครื่อง)	60,000 บาท
- ค่าป้ายชื่อศูนย์	10,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	20,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	300,000 บาท
- เงินสดสำรอง	491,458 บาท
รวมแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	4,500,000 บาท

6.3 การประมาณการรายจ่าย

ค่าประมาณการรายจ่าย (ต่อปี)

- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร /เดือน	
ผู้จัดการ/ พนักงานบัญชี 1 คน	50,000 บาท
ฝ่ายการตลาด 2 คน	50,000 บาท
ฝ่ายจัดซื้อ 2 คน	24,000 บาท
ค่าจ้างแพทย์จัดกระดูก 1 คน	50,000 บาท
ค่าครูฝึกโยคะ 4 คน	240,000 บาท
ค่าพนักงานนวด 6 คน	81,000 บาท

ค่าพนักงานคลินิกจัดกระดูก 3 คน	37,500 บาท
ประชาสัมพันธ์ลูกค้า 2 คน	23,000 บาท
แม่บ้านสำนักงาน 1 คน	9,500 บาท
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร /เดือน	565,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหาร / ปี *12	6,780,000 บาท
- ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค /เดือน	
ค่าเช่าอาคาร	70,000 บาท
ค่าโทรศัพท์	1,500 บาท
ค่าน้ำประปา/ค่าไฟฟ้า	30,000 บาท
ค่าอุปกรณ์ทำความสะอาด	2,000 บาท
เครื่องเขียนสำนักงาน	1,000 บาท
รวมค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/เดือน	104,500 บาท
รวมค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค/ ปี	1,254,000 บาท
รวมค่าประมาณการรายจ่าย (ต่อปี)	8,034,000 บาท

หมายเหตุ

- ค่าประมาณการรายจ่าย (ต่อปี) ขึ้นต้นอยู่ในลักษณะขบปกติ อาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยปรับขึ้นหรือลงตามงบลักษณะดีเยี่ยมหรือแย่

- ค่าใช้จ่ายในการบริหารหรือเงินเดือนพนักงาน ปรับขึ้น 5% ต่อปี เพื่อให้มีการเคลื่อนไหวทางการเงินสูงกว่าภาวะเงินเฟ้อ

- ค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ปรับขึ้นประมาณ 5% ต่อปี ตามจำนวนการใช้บริการที่มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับผลประกอบการ

ค่าเสื่อมราคา (ต่อปี)

คำนวณตามระบบกรมสรรพากร ดังนี้

มูลค่าตกแต่งภายในและเฟอร์นิเจอร์ 2,425,122 บาท หัก 20% ต่อปีอายุการใช้งาน 5 ปี

มูลค่าอุปกรณ์ 498,420 บาท หัก 20% ต่อปีอายุการใช้งาน 5 ปี

มูลค่าเครื่องคอมพิวเตอร์ 60,000 บาท หัก 33.33% ต่อปีอายุการใช้งาน 3 ปี

ตารางที่ 6.1: ค่าเสื่อมราคา (Depreciation)

รายการ	ค่าเสื่อม (ปี1)	ค่าเสื่อม (ปี2)	ค่าเสื่อม (ปี3)	ค่าเสื่อม (ปี4)	ค่าเสื่อม (ปี5)
ค่าตกแต่งภายในและฟอร์นิเจอร์ (39)	485,024	485,024	485,024	485,024	485,025
เครื่องจักรกระดูก	60,000	60,000	60,000	60,000	59,999
อุปกรณ์สำนักงาน (14)	13,604	13,604	13,604	13,604	13,603
ค่าเครื่องปรับอากาศ	26,080	26,080	26,080	26,080	26,079
ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์	20,000	20,000	19,999		
รวมค่าเสื่อมราคาต่อปี	604,708	604,708	604,707	584,708	584,706

6.4 การประมาณการรายได้

บริการหลัก

อัตราค่าบริการตามปกติ

อัตราค่าบริการ

1. ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพโยคะ

อัตราค่าบริการ แบ่งเป็นแพ็คเกจ ดังนี้

- ทดลองฝึก ครั้งละ 500 บาท
- ฝึกได้ 8 ครั้งภายใน 2 เดือน (Stamp Card) 2,500 บาท
- คอร์สฝึก 1 เดือน 2,900 บาท
- คอร์สฝึก 3 เดือน 7,900 บาท
- คอร์สฝึก 6 เดือน 14,000 บาท

2. บริการการแพทย์แผนไทย (ประเมินสภาพร่างกายก่อนการฝึกโยคะ)

บริการและอัตราค่าบริการ

- อัตราค่าบริการการตรวจและประเมินสภาพร่างกายทั่วไป ครั้งละ 500 บาท
- อัตราค่าบริการเพื่อจัดกระดูกด้วยเครื่องจัด ครั้งละ 1,000 บาท
- อัตราค่านวดบำบัดรักษาอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อ ครั้งละ 800 บาท
- อัตราค่าบริการที่มีการใช้อุปกรณ์ Support ร่วมด้วย 2,000 บาท
- ศูนย์บริการการนวดเพื่อสุขภาพ

บริการและอัตราค่าบริการ

- นวดประคบสมุนไพร 500 บาท/ ชั่วโมง 800บาท/ชั่วโมง
- นวดเท้า 500 บาท/ชั่วโมงครึ่ง
- นวดน้ำมันหอมระเหย 900 บาท/ชั่วโมงครึ่ง
- นวดบำรุงผิวหน้า 800บาท/ชั่วโมง

3. กำหนดผลิตภัณ์ท์บาล์มขนาดเพื่อสุขภาพสูตรเฉพาะของศูนย์ “โพลบอล์ม” ขนาด 25 กรัม 45 บาท, 45 กรัม 75 บาท และขนาด 80 กรัม 110 บาท

Investment Return การคำนวณแนวทางการคืนทุนกิจการภายใน 5 ปี 3 ลักษณะคือ

1. ลักษณะปกติ (Normal Case) นับเป็นอัตราการเข้าใช้บริการเกณฑ์มาตรฐาน
2. ลักษณะดีเยี่ยม (Best Case) มีรายรับจากอัตราเข้าใช้บริการสูงกว่าลักษณะปกติ ได้กำไรสูงสุด
3. ลักษณะย่ำแย่ (Worst Case) มีรายรับจากอัตราการเข้าใช้บริการต่ำกว่าลักษณะปกติ

6.5 สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการต่อปี

ตารางที่ 6.2: สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะปกติ/ปี (Normal-Service Rate /Year)

อัตราการเข้าใช้บริการ					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย
แพ็คเกจราคาโยคะ					
1.ฝึก 8 ครั้ง/2 เดือน 2,500 บาท	432	453	567	725	943
2.คอร์สทดลองฝึก ครั้งละ 500 บาท	1,350	1,417	1,771	2,268	2,948
3.คอร์สฝึก 1 เดือน 2,900 บาท	434	456	570	730	949

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.2 (ต่อ): สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะปกติ/ปี (Normal-Service Rate /Year)

อัตราการเข้าใช้บริการ					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย
4.คอร์สฝึก 3 เดือน 7,900 บาท	82	86	107	137	179
5.คอร์สฝึก 6 เดือน 14,000 บาท	43	46	57	73	95
รวม	2,341	2,458	3,072	3,933	5,114
คลินิกจัดกระดูก					
ตรวจประเมินทั่วไป	1,080	1,134	1,417	1,814	2,358
จัดกระดูกด้วยเครื่อง	315	330	413	529	687
นวดรักษาอาการบาดเจ็บ	1,125	1,181	1,476	1,890	2,457
รักษามีค่าSupport	315	330	413	529	688
รวม	2,835	2,975	3,719	4,762	6,190
บริการนวด					
นวดประคบสมุนไพร	1,620	1,701	2,126	2,721	3,538
นวดเท้า	4,680	4,914	6,142	7,862	10,221
นวดน้ำมันหอมระเหย	1,800	1,890	2,362	3,029	3,931
นวดบำรุงผิวหน้า	956	1,004	1,255	1,606	2,088
รวม	9,056	9,509	11,885	15,218	19,778
ผลิตภัณฑ์นวด					
ไพลบาล์ม 25 กรัม 45.-	3,400	3,570	4,462	5,712	7,425
ไพล์บาล์ม 45 กรัม 75.-	1,200	1,260	1,575	2,016	2,620
ไพลบาล์ม 80 กรัม 110.-	1,080	1,134	1,417	1,841	2,358
รวม	5,680	5,964	7,454	9,569	12,403

ตารางที่ 6.3: สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะดีเยี่ยม/ปี (Best-Service Rate /Year)

อัตราการเข้าใช้บริการ					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย
แพ็คเกจราคาโยคะ					
1.ฝึก 8 ครั้ง/2 เดือน 2,500 บาท	480	504	605	756	983
2.คอร์สทดลองฝึก ครั้งละ 500 บาท	1,500	1,575	1,890	2,360	3,072
3.คอร์สฝึก 1 เดือน 2,900 บาท	483	507	608	760	989
4.คอร์สฝึก 3 เดือน 7,900 บาท	91	96	115	144	187
5.คอร์สฝึก 6 เดือน 14,000 บาท	49	51	61	76	100
รวม	2,603	2,733	3,279	4,096	5,331
คลินิกจัดกระดูก					
ตรวจประเมินทั่วไป	1,200	1,260	1,512	1,890	2,457
จัดกระดูกด้วยเครื่อง	350	367	441	551	716
นวดรักษาอาการบาดเจ็บ	1,250	1,312	1,360	1,575	2,047
รักษามีค่าSupport	350	367	441	551	716
รวม	3,150	3,306	3,754	4,567	5,936
บริการนวด					
นวดประคบสมุนไพร	1,800	1,890	2,268	2,835	3,685
นวดเท้า	5,200	5,460	6,552	8,190	10,647
นวดน้ำมันหอมระเหย	2,000	2,100	2,520	3,150	4,095

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.3 (ต่อ): สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะดีเยี่ยม/ปี (Best-Service Rate /Year)

อัตราการเข้าใช้บริการ					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย
นวดบำรุงผิวหน้า	1,062	1,115	1,338	1,673	2,175
รวม	10,062	10,565	12,678	15,848	20,602
ผลิตภัณฑ์ขนาด					
ไพลบาล์ม 25 กรัม 45.-	3,777	3,966	4,760	5,950	7,735
ไพล์บาล์ม 45 กรัม 75.-	1,333	1,400	1,680	2,106	2,730
ไพลบาล์ม 80 กรัม 110.-	1,200	2,577	3,092	3,866	5,025
รวม	6,310	7,943	9,532	11,922	15,490

ตารางที่ 6.4: สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะแย่ /ปี (Worst-Service Rate /Year)

อัตราการเข้าใช้บริการ					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย
แพ็คเกจราคาโยคะ					
1.ฝึก 8 ครั้ง/2 เดือน 2,500 บาท	417	438	548	701	912
2.คอร์สทดลองฝึก ครั้งละ 500 บาท	1,305	1,370	1,712	2,192	2,850
3.คอร์สฝึก 1 เดือน 2,900 บาท	420	441	551	705	917
4.คอร์สฝึก 3 เดือน 7,900 บาท	79	83	104	133	173

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.4 (ต่อ): สมมุติฐานอัตราการเข้าใช้บริการลักษณะย่อ /ปี (Worst-Service Rate /Year)

อัตราการเข้าใช้บริการ					
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย	คน/ หน่วย
5.คอร์สฝึก 6 เดือน 14,000 บาท	42	44	55	71	92
รวม	2,263	2,376	2,970	3,802	4,944
คลินิกจัดกระดูก					
ตรวจประเมินทั่วไป	1,044	1,096	1,370	1,754	2,280
จัดกระดูกด้วยเครื่อง	304	320	400	511	665
นวดรักษาอาการบาดเจ็บ	1,087	1,142	1,427	1,827	2,375
รักษามีค่าSupport	304	320	400	511	665
รวม	2,739	2,878	3,597	4,603	5,985
บริการนวด					
นวดประคบสมุนไพร	1,566	1,644	2,055	2,630	3,420
นวดเท้า	4,542	4,750	5,937	7,600	9,880
นวดน้ำมันหอมระเหย	1,740	1,827	2,284	2,923	3,800
นวดบำรุงผิวหน้า	924	970	1,213	1,553	2,019
รวม	8,772	9,191	11,489	14,706	19,119
ผลิตภัณฑ์นวด					
โพลบาส์ม 25 กรัม 45.-	3,286	3,451	4,314	5,521	7,178
โพลบาส์ม 45 กรัม 75.-	1,160	1,218	1,522	3,248	2,533
โพลบาส์ม 80 กรัม 110.-	1,044	1,097	1,370	1,754	2,280
รวม	5,490	5,766	7,206	10,523	11,991

หมายเหตุ : อัตราการเข้าใช้บริการใช้อัตราการคาดการณ์เฉลี่ยของการเข้าใช้งานต่อวัน

6.6 สมมุติฐานรายได้

ตารางที่ 6.5: สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับ Normal Case

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้โดยกะ :-					
แพ็คเกจที่ 1	1,080,000	1,134,000	1,417,500	1,814,400	2,358,720
แพ็คเกจที่ 2	675,000	708,750	885,938	1,134,000	1,474,200
แพ็คเกจที่ 3	1,260,000	1,323,000	1,653,750	2,116,800	2,751,840
แพ็คเกจที่ 4	648,000	680,400	850,500	1,088,640	1,415,232
แพ็คเกจที่ 5	612,000	642,600	803,250	1,028,160	1,336,608
รวมรายได้โดยกะ	4,275,000	4,488,750	5,610,938	7,182,000	9,336,600
รายได้จากคลินิก :-					
ตรวจประเมินทั่วไป	540,000	567,000	708,750	907,200	1,179,360
จัดกระดูกด้วยเครื่อง	315,000	330,750	413,438	529,200	687,960
นวดรักษาอาการ บาดเจ็บ	900,000	945,000	1,181,250	1,512,000	1,965,600
รักษามีค่า Support เพิ่ม	630,000	661,500	826,875	1,058,400	1,375,920
รวมรายได้จากคลินิก	2,385,000	2,504,250	3,130,313	4,006,800	5,208,840
รายได้จากนวดแผนไทย :-					
นวดประคบสมุนไพร	810,000	850,500	1,063,125	1,360,800	1,769,040
นวดเท้า	2,340,000	2,457,000	3,071,250	3,931,200	5,110,560
นวดน้ำมันหอมระเหย	1,620,000	1,701,000	2,126,250	2,721,600	3,538,080
นวดบำรุงผิวหน้า	765,000	803,250	1,004,063	1,285,200	1,670,760
รวมรายได้จากนวด แผนไทย	5,535,000	5,811,750	7,264,688	9,298,800	12,088,440

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.5 (ต่อ): สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับ Normal Case

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์					
โพลบาล์ม 25 กรัม	153,000	160,650	200,813	257,040	334,152
โพลบาล์ม 45 กรัม	90,000	94,500	118,125	151,200	196,560
โพลบาล์ม 80 กรัม	118,800	124,740	155,925	199,584	259,459
รวมรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์	361,800	379,890	474,863	607,824	790,171
รวมรายได้ศูนย์สุขภาพ	12,556,800	13,184,640	16,480,800	21,095,424	27,424,051

ตารางที่ 6.6: สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับ Best Case

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้โดยกะ :-					
แพ็คเกจที่ 1	1,200,000	1,260,000	1,512,000	1,890,000	2,457,000
แพ็คเกจที่ 2	750,000	787,500	945,000	1,181,250	1,535,625
แพ็คเกจที่ 3	1,400,000	1,470,000	1,764,000	2,205,000	2,866,500
แพ็คเกจที่ 4	720,000	756,000	907,200	1,134,000	1,474,200
แพ็คเกจที่ 5	680,000	714,000	856,800	1,071,000	1,392,300
รวมรายได้โดยกะ	4,750,000	4,987,500	5,985,000	7,481,250	9,725,625
รายได้จากคลินิก :-					
ตรวจประเมินทั่วไป	600,000	630,000	756,000	945,000	1,228,500
จัดกระดูกด้วยเครื่อง	350,000	367,500	441,000	551,250	716,625
นวดรักษาอาการบาดเจ็บ	1,000,000	1,050,000	1,260,000	1,575,000	2,047,500

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.6 (ต่อ): สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับ Best Case

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รักษามีค่า Support เพิ่ม	700,000	735,000	882,000	1,102,500	1,433,250
รวมรายได้จาก คลินิก	2,650,000	2,782,500	3,339,000	4,173,750	5,425,875
รายได้จากขนาดแผนไทย :-					
ขนาดประคบสมุนไพร	900,000	945,000	1,134,000	1,417,500	1,842,750
ขนาดเท้า	2,600,000	2,730,000	3,276,000	4,095,000	5,323,500
ขนาดน้ำมันหอม ระเหย	1,800,000	1,890,000	2,268,000	2,835,000	3,685,500
ขนาดบำรุงผิวหน้า	850,000	892,500	1,071,000	1,338,750	1,740,375
รวมรายได้จากขนาด แผนไทย	6,150,000	6,457,500	7,749,000	9,686,250	12,592,125
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์					
ไพลบาล์ม 25 กรัม	170,000	178,500	214,200	267,750	348,075
ไพลบาล์ม 45 กรัม	100,000	105,000	126,000	157,500	204,750
ไพลบาล์ม 80 กรัม	132,000	283,500	340,200	425,250	552,825
รวมรายได้จากการ ขายผลิตภัณฑ์	402,000	567,000	680,400	850,500	1,105,650
รวมรายได้ศูนย์ สุขภาพ	13,952,000	14,794,500	17,753,400	22,191,750	28,849,275

ตารางที่ 6.7: สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับ Worst Case

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้โดยกะ :-					
แพ็คเกจที่ 1	1,044,000	1,096,200	1,370,250	1,753,920	2,280,096
แพ็คเกจที่ 2	652,500	685,125	856,406	1,096,200	1,425,060
แพ็คเกจที่ 3	1,218,000	1,278,900	1,598,625	2,046,240	2,660,112
แพ็คเกจที่ 4	626,400	657,720	822,150	1,052,352	1,368,058
แพ็คเกจที่ 5	591,600	621,180	776,475	993,888	1,292,054
รวมรายได้โดยกะ	4,132,500	4,339,125	5,423,906	6,942,600	9,025,380
รายได้จากคลินิก :-					
ตรวจประเมินทั่วไป	522,000	548,100	685,125	876,960	1,140,048
จัดกระดูกด้วย เครื่อง	304,500	319,725	399,656	511,560	665,028
นวดรักษาอาการ บาดเจ็บ	870,000	913,500	1,141,875	1,461,600	1,900,080
รักษามีค่า Support เพิ่ม	609,000	639,450	799,313	1,023,120	1,330,056
รวมรายได้จาก คลินิก	2,305,500	2,420,775	3,025,969	3,873,240	5,035,212
รายได้จากนวดแผนไทย :-					
นวดประคบ สมุนไพร	783,000	822,150	1,027,688	1,315,440	1,710,072
นวดเท้า	2,262,000	2,375,100	2,968,875	3,800,160	4,940,208
นวดน้ำมันหอม ระเหย	1,566,000	1,644,300	2,055,375	2,630,880	3,420,144

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.7 (ต่อ): สมมุติฐานแสดงรายได้ในระดับ Worst Case

รายละเอียด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
นวดบำรุงผิวหน้า	739,500	776,475	970,594	1,242,360	1,615,068
รวมรายได้จากนวด แผนไทย	5,350,500	5,618,025	7,022,531	8,988,840	11,685,492
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์					
โพลบาล์ม 25 กรัม	147,900	155,295	194,119	248,472	323,014
โพลบาล์ม 45 กรัม	87,000	91,350	114,188	146,160	190,008
โพลบาล์ม 80 กรัม	114,840	120,582	150,728	192,931	250,811
รวมรายได้จากการ ขายผลิตภัณฑ์	349,740	367,227	459,034	587,563	763,832
รวมรายได้ศูนย์ สุขภาพ	12,138,240	12,745,152	15,931,440	20,392,243	26,509,916

6.7 สมมุติฐานค่าใช้จ่ายดำเนินการ

ตารางที่ 6.8: แสดงค่าใช้จ่ายการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนโยคะ :-					
เสื่อโยคะ	38,000				
Foam Block Yoka	23,200				
ค่าวิทยากรรับเชิญ	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
รวมต้นทุนโยคะ	421,200	360,000	360,000	360,000	360,000
ต้นทุนนวดแผนไทย :-					
หมอนปิดตา	380,000	400,000	440,000	480,000	500,000
หมอนประคบตา	438,000	450,000	480,000	520,000	600,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.8 (ต่อ): แสดงค่าใช้จ่ายการขาย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ไม้นวดตัวกดจุด	39,800				
ไม้นวดตัวลูกกลิ้ง	25,800				
ชุดน้ำมันหอมระเหย	2,500,000	3,000,000	3,500,000	4,000,000	4,500,000
ชุดก้อนหินนวด	29,000				
สมุนไพรลูกประคบ	450,000	500,000	530,000	550,000	580,000
โพลบาล์ม	300,000	400,000	550,000	700,000	850,000
ชุดครีมนวดบำรุงหน้า	128,000	150,000	180,000	230,000	250,000
ผ้าขนหนู	750,000	800,000	850,000	800,000	800,000
รวมต้นทุนนวดแผนไทย	5,040,600	5,700,000	6,530,000	7,280,000	8,080,000
ต้นทุนคลินิกจัดกระดูก :-					
ค่าอุปกรณ์พยุงหลัง	345,000	483,000	517,500	531,300	545,100
รวมต้นทุนคลินิกจัดกระดูก	345,000	483,000	517,500	531,300	545,100
ต้นทุนการผลิต	5,806,800	6,543,000	7,407,500	8,171,300	8,985,100

ตารางที่ 6.9: แสดงค่าใช้จ่ายบริหาร

ค่าจ้างเงินเดือน							
รายการ	ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	การปรับเพิ่ม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการ/บัญชี	50,000	5% ทุกปี	600,000	630,000	661,500	694,575	729,304
ฝ่ายจัดซื้อ	24,000	5% ทุกปี	288,000	302,400	317,520	333,396	350,066
ฝ่ายการตลาด	50,000	5% ทุกปี	600,000	630,000	661,500	694,575	729,304
แพทย์จัดกระดูก	50,000	5% ทุกปี	600,000	630,000	661,500	694,575	729,304
ครูฝึกโยคะ	240,000	5% ทุกปี	2,880,000	3,024,000	3,175,200	3,333,960	3,500,658

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.9 (ต่อ): แสดงค่าใช้จ่ายบริหาร

ค่าจ้างเงินเดือน							
รายการ	ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน	การปรับ เพิ่ม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
พนักงานนวด	81,000	5% ทุกปี	972,000	1,020,600	1,071,630	1,125,212	1,181,472
พนักงานคลินิก จัดกระดูก	37,500	5% ทุกปี	450,000	472,500	496,125	520,931	546,978
ประชาสัมพันธ์ ลูกค้า	23,000	5% ทุกปี	276,000	289,800	304,290	319,505	335,480
แม่บ้าน สำนักงาน	9,500	5% ทุกปี	114,000	119,700	125,685	131,969	138,568
รวมค่าจ้างเงินเดือน			6,780,000	7,119,000	7,474,950	7,848,698	8,241,132

ตารางที่ 6.10: แสดงค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน							
รายการ	ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน	การปรับ เพิ่ม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าออฟฟิศและค่าดำเนินงาน							
ค่าเช่าอาคาร สำนักงาน	70,000	สัญญา 5 ปี	840,000	840,000	840,000	840,000	840,000
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า, น้ำประปา, โทรศัพท์)	31,500	5% ทุกปี	378,000	396,900	416,745	437,582	459,461
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานอื่นๆ	3,000	5% ทุกปี	36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
รวมค่าเช่าอาคารสำนักงานและค่า ดำเนินงาน			1,254,000	1,274,700	1,296,435	1,319,257	1,343,220

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.10 (ต่อ): แสดงค่าใช้จ่ายดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน							
รายการ	ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน	การปรับ เพิ่ม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายการตลาด							
ค่าใช้จ่าย การตลาด	25,000	5% ทุกปี	300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
รวมค่าใช้จ่ายการตลาด			300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์และเครื่องใช้							
ค่าเสื่อมราคา อุปกรณ์สำนักงาน		คิดอัตรา เส้นตรง	604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
รวมค่าเสื่อมราคา			604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
รวมค่าใช้จ่าย			8,938,708	9,313,408	9,706,842	10,099,949	10,533,710

6.8 งบการเงินของกิจการบริษัทลักษณะ Best Case

ตารางที่ 6.11: แสดงงบกำไรขาดทุน

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้จากการดำเนินงาน						
รายได้โดยกะ		4,750,000	4,987,500	5,985,000	7,481,250	9,725,625
รายได้จากคลินิก แพทย์แผนไทย		2,650,000	2,782,500	3,339,000	4,173,750	5,425,875
รายได้จากนวดแผน ไทย		6,150,000	6,457,500	7,749,000	9,686,250	12,592,125
รายได้จากการขาย ผลิตภัณฑ์		402,000	567,000	680,400	850,500	1,105,650
รวมรายได้		13,952,000	14,794,500	17,753,400	22,191,750	28,849,275
ต้นทุนการผลิต						
ต้นทุนโยคะ		421,200	360,000	360,000	360,000	360,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.11 (ต่อ): แสดงงบกำไรขาดทุน

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนงวดแผนไทย		5,040,600	5,700,000	6,530,000	7,280,000	8,080,000
ต้นทุนคลินิกแพทย์ แผนไทย		345,000	483,000	517,500	531,300	545,100
รวมต้นทุนการผลิต		5,806,800	6,543,000	7,407,500	8,171,300	8,985,100
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร						
ค่าจ้างเงินเดือน		6,780,000	7,119,000	7,474,950	7,848,698	8,241,132
ค่าเช่าอาคาร สำนักงาน		840,000	840,000	840,000	840,000	840,000
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์)		378,000	396,900	416,745	437,582	459,461
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานอื่นๆ		36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าใช้จ่ายการตลาด		300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
ค่าเสื่อมราคา		604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
รวมค่าใช้จ่ายในการ ขายและบริหาร		8,938,708	9,313,408	9,706,842	10,099,949	10,533,710
กำไรก่อนหักภาษี (EBT)		-793,508	-1,061,908	639,058	3,920,501	9,330,465
ภาษีเงินได้ (30%)		0	0	191,718	1,176,150	2,799,139
กำไรสุทธิ		-793,508	-1,061,908	447,341	2,744,350	6,531,325

ตารางที่ 6.12: แสดงงบดุล

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	1,327,658	870,458	2,114,223	6,427,714	15,166,735
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,327,658	870,458	2,114,223	6,427,714	15,166,735
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน					
อาคาร อุปกรณ์	2,983,542	2,378,834	1,774,125	1,169,419	584,711
ค่าเสื่อมราคาสะสม	604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนสุทธิ	2,378,834	1,774,125	1,169,419	584,711	5
รวมสินทรัพย์ถาวร	2,378,834	1,774,125	1,169,419	584,711	5
รวมสินทรัพย์	3,706,492	2,644,583	3,283,642	7,012,425	15,166,740
หนี้สินและทุน					
หนี้สินหมุนเวียน					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	0	0	191,718	1,176,150	2,799,139
รวมหนี้สิน	0	0	191,718	1,176,150	2,799,139
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุนของบริษัท	4,500,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000
กำไรสะสม					
กำไรสะสมยกมา	0	-793,508	-1,855,417	-1,408,076	1,336,275
กำไรสุทธิ	-793,508	-1,061,908	447,341	2,744,350	6,531,325
กำไรสะสมยกไป	-793,508	-1,855,417	-1,408,076	1,336,275	7,867,600
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	3,706,492	2,644,583	3,091,924	5,836,275	12,367,600
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,706,492	2,644,583	3,283,642	7,012,425	15,166,740

ตารางที่ 6.13: แสดงงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ		-1,061,908	447,341	2,744,350	6,531,325
ค่าเสื่อมราคา		604,708	604,707	584,708	584,706
ปรับภาษีเงินได้		0	191,718	1,176,150	2,799,139
จ่ายภาษีเงินได้จริง		0	0	-191,718	-1,176,150
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน		-457,200	1,243,765	4,313,491	8,739,021
กระแสเงินสดจากการลงทุน					
เพิ่มลดในสินทรัพย์ถาวร		0	0	0	0
รวมกระแสเงินสดในการลงทุน		0	0	0	0
กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินทุน					
เพิ่มลดในเงินทุน		0	0	0	0
จ่ายเงินปันผล		0	0	0	0
รวมกระแสเงินสดจากการจัดหาเงินทุน		0	0	0	0
กระแสเงินสดสุทธิประจำงวด		-457,200	1,243,765	4,313,491	8,739,021
กระแสเงินสดต้นงวด		1,327,658	870,458	2,114,223	6,427,714
กระแสเงินสดยกไป		870,458	2,114,223	6,427,714	15,166,735

6.9 สรุปผลการได้มาใช้ไปของเงินสดและผลประกอบการ (Statement of Cash Flow)

ตารางที่ 6.14: แสดง Cash Flow ลักษณะดีเยี่ยม (Best Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดรับ						
ส่วนของผู้อถือหุ้น	4,500,000					
เงินกู้ระยะยาว						
อัตราดอกเบี้ย						
ระยะเวลา						
รวมเงินลงทุน	4,500,000					
รายได้						
รายได้โดยกะ		4,750,000	4,987,500	5,985,000	7,481,250	9,725,625
รายได้จากคลินิก		2,650,000	2,782,500	3,339,000	4,173,750	5,425,875
รายได้จากนวด แผนไทย		6,150,000	6,457,500	7,749,000	9,686,250	12,592,125
รายได้จากการ ขายผลิตภัณฑ์		402,000	567,000	680,400	850,500	1,105,650
รวมรายได้		13,952,000	14,794,500	17,753,400	22,191,750	28,849,275
ค่าใช้จ่าย						
เงินลงทุนใน อาคาร อุปกรณ์	-2,983,542					
ค่าตกแต่ง ภายนอกอาคาร	-275,000					
เงินมัดจำอาคาร 3 เดือน+ ค่าเช่า ล่วงหน้า 3 เดือน	-420,000					
ค่าป้ายชื่อศูนย์	-10,000					
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-20,000					
ค่าใช้จ่าย การตลาด	-300,000					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.14 (ต่อ): แสดง Cash Flow ลักษณะดีเยี่ยม (Best Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนโยคะ		421,200	360,000	360,000	360,000	360,000
ต้นทุนหมวดเพื่อ สุขภาพ		5,040,600	5,700,000	6,530,000	7,280,000	8,080,000
ต้นทุนคลินิกจัด กระดูก		345,000	483,000	517,500	531,300	545,100
ค่าจ้างเงินเดือน		6,780,000	7,119,000	7,474,950	7,848,698	8,241,132
ค่าเช่าอาคาร สำนักงาน		840,000	840,000	840,000	840,000	840,000
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า, น้ำประปา, โทรศัพท์)		378,000	396,900	416,745	437,582	459,461
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานอื่นๆ		36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าใช้จ่ายการตลาด		300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
รวมค่าใช้จ่าย	-4,008,542	14,140,800	15,251,700	16,509,635	17,686,542	18,934,104
กำไร (ขาดทุน) ก่อน ดอกเบี้ย ภาษี ค่า เสื่อมราคา และค่า ตัดจำหน่าย (EBITDA)		-188,800	-457,200	1,243,765	4,505,208	9,915,171
ค่าเสื่อมราคา		604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
ภาษีเงินได้ (30%)		0	0	191,718	1,176,150	2,799,139
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษี (ATCF)		415,908	147,508	1,656,754	3,913,766	7,700,738

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.14 (ต่อ): แสดง Cash Flow ลักษณะดีเยี่ยม (Best Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษีของส่วน ของผู้ถือหุ้น (Total Cash Flow to Equity)	-4,008,542	415,908	147,508	1,656,754	3,913,766	7,700,738
ทุนดำเนินกิจการ	4,500,000					
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษีของส่วน ของผู้ถือหุ้นสะสม (Accumulated Cash Flow to Equity)	491,458	907,366	1,054,875	2,711,629	6,625,394	14,326,132
NPV	฿9,826,132.14					
IRR	35%					
Payback Period (ปี)	0.67					

ตารางที่ 6.15: แสดง Cash Flow ลักษณะปกติ (Normal Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดรับ						
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,500,000					
เงินกู้ระยะยาว						
อัตราดอกเบี้ย						
ระยะเวลา						
รวมเงินลงทุน	4,500,000					
รายได้						
รายได้โดยคะ		4,275,000	4,488,750	5,610,938	7,182,000	9,336,600
รายได้จากคลินิก		2,385,000	2,504,250	3,130,313	4,006,800	5,208,840

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.15 (ต่อ): แสดง Cash Flow ลักษณะปกติ (Normal Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รายได้จากงวด เสริมสุขภาพ		5,535,000	5,811,750	7,264,688	9,298,800	12,088,440
รายได้จากการขาย ผลิตภัณฑ์		361,800	379,890	474,863	607,824	790,171
รวมรายได้		12,556,800	13,184,640	16,480,800	21,095,424	27,424,051
ค่าใช้จ่าย						
เงินลงทุนในอาคาร อุปกรณ์	-2,983,542					
ค่าตกแต่งภายนอก อาคาร	-275,000					
เงินมัดจำอาคาร 3 เดือน+ ค่าเช่า ล่วงหน้า 3 เดือน	-420,000					
ค่าป้ายชื่อศูนย์	-10,000					
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-20,000					
ค่าใช้จ่ายการตลาด	-300,000					
ต้นทุนโยคะ		421,200	360,000	360,000	360,000	360,000
ต้นทุนงวดเพื่อ สุขภาพ		5,040,600	5,700,000	6,530,000	7,280,000	8,080,000
ต้นทุนคลินิกจัด กระดูก		345,000	483,000	517,500	531,300	545,100
ค่าจ้างเงินเดือน		6,780,000	7,119,000	7,474,950	7,848,698	8,241,132
ค่าเช่าอาคาร สำนักงาน		840,000	840,000	840,000	840,000	840,000
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า, ประปา, โทรศัพท์)		378,000	396,900	416,745	437,582	459,461

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.15 (ต่อ): แสดง Cash Flow ลักษณะปกติ (Normal Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่นๆ		36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าใช้จ่ายการตลาด		300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
รวมค่าใช้จ่าย	-4,008,542	14,140,800	15,251,700	16,509,635	17,686,542	18,934,104
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)		-1,584,000	-2,067,060	-28,835	3,408,882	8,489,947
ค่าเสื่อมราคา		604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
ภาษีเงินได้ (30%)		0	0	0	847,252	2,371,572
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษี (ATCF)		-979,292	-1,462,352	575,872	3,146,337	6,703,081
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษีของส่วนของผู้ถือหุ้น (Total Cash Flow to Equity)	-4,008,542	-979,292	-1,462,352	575,872	3,146,337	6,703,081
ทุนดำเนินงานกิจการ	4,500,000					
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษีของส่วนของผู้ถือหุ้นสะสม (Accumulated Cash Flow to Equity)	491,458	-487,834	-1,950,185	-1,374,314	1,772,024	8,475,105
NPV	฿3,975,104.80					
IRR	13%					
Payback Period (ปี)	2.00					

ตารางที่ 6.16: แสดง Cash Flow ลักษณะร้ายแรง (Worst Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดรับ						
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,500,000					
เงินกู้ระยะยาว						
อัตราดอกเบี้ย						
ระยะเวลา						
รวมเงินลงทุน	4,500,000					
รายได้						
รายได้โดยเค		4,132,500	4,339,125	5,423,906	6,942,600	9,025,380
รายได้จากคลินิก		2,305,500	2,420,775	3,025,969	3,873,240	5,035,212
รายได้จากนวด เสริมสุขภาพ		5,350,500	5,618,025	7,022,531	8,988,840	11,685,492
รายได้จากการขาย ผลิตภัณฑ์		349,740	367,227	459,034	587,563	763,832
รวมรายได้		12,138,240	12,745,152	15,931,440	20,392,243	26,509,916
ค่าใช้จ่าย						
เงินลงทุนในอาคาร อุปกรณ์	-2,983,542					
ค่าตกแต่ง ภายนอกอาคาร	-275,000					
เงินมัดจำอาคาร 3 เดือน+ ค่าเช่า ล่วงหน้า 3 เดือน	-420,000					
ค่าป้ายชื่อศูนย์	-10,000					
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	-20,000					
ค่าใช้จ่าย การตลาด	-300,000					
ต้นทุนโยคะ		421,200	360,000	360,000	360,000	360,000

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.16 (ต่อ): แสดง Cash Flow ลักษณะย่ำแย่ (Worst Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนหมวดเพื่อ สุขภาพ		5,040,600	5,700,000	6,530,000	7,280,000	8,080,000
ต้นทุนคลินิกจัด กระดูก		345,000	483,000	517,500	531,300	545,100
ค่าจ้างเงินเดือน		6,780,000	7,119,000	7,474,950	7,848,698	8,241,132
ค่าเช่าอาคาร สำนักงาน		840,000	840,000	840,000	840,000	840,000
ค่าสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า, น้ำประปา, โทรศัพท์)		378,000	396,900	416,745	437,582	459,461
ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานอื่นๆ		36,000	37,800	39,690	41,675	43,758
ค่าใช้จ่าย การตลาด		300,000	315,000	330,750	347,288	364,652
รวมค่าใช้จ่าย	-4,008,542	14,140,800	15,251,700	16,509,635	17,686,542	18,934,104
กำไร (ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ ค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)		-2,002,560	-2,506,548	-578,195	2,705,701	7,575,812
ค่าเสื่อมราคา		604,708	604,708	604,707	584,708	584,706
ภาษีเงินได้ (30%)		0	0	0	636,298	2,097,332
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษี (ATCF)		-1,397,852	-1,901,840	26,512	2,654,111	6,063,187

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6.16 (ต่อ): แสดง Cash Flow ลักษณะย่ำแย่ (Worst Case)

	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษีของส่วน ของผู้ถือหุ้น (Total Cash Flow to Equity)	-4,008,542	-1,397,852	-1,901,840	26,512	2,654,111	6,063,187
ทุนดำเนินกิจการ	4,500,000					
กระแสเงินสดสุทธิ หลังภาษีของส่วน ของผู้ถือหุ้นสะสม (Accumulated Cash Flow to Equity)	491,458	-906,394	-2,808,233	-2,781,722	-127,611	5,935,576
NPV	฿1,435,575.71					
IRR	5%					
Payback Period (ปี)	2.50					

6.10 สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ (Financial Cost – Benefit Analysis)

ตารางที่ 6.17: สรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ (Financial Cost – Benefit Analysis)

Description	Best Case	Normal Case	Worst Case
รายได้	28,849,275	27,424,051	26,509,916
กำไรสุทธิ	6,531,325	5,533,669	4,893,774
กระแสเงินสดสุทธิ	14,326,132	8,475,105	5,935,576
Payback Period	0.67	2.00	2.50
NPV	฿9,826,132.14	฿3,975,104.80	฿1,435,575.71
IRR	35%	13%	5%

หมายเหตุ: คำนวณผลจากงบกำไรขาดทุนในลักษณะปกติ (Normal Case) งบลักษณะดีเยี่ยม (Best Case) และงบลักษณะย่ำแย่ (Worst Case) ออกมาในรูปแบบอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) กับระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

จากเงินลงทุนสมาชิกผู้ถือหุ้น 4,500,000 ผลสรุปตามงบทั้ง 3 ลักษณะ ตั้งสมมุติฐานไว้ว่า กรณีดีเยี่ยม (Best) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) จะใช้เวลาอยู่ที่ 1 ปี ผลตอบแทนเงินลงทุนโครงการ (IRR) คิดเป็น 35% ผลตอบแทนรายได้ 5 ปี รวมเป็นรายได้ 28,849,275 ล้านบาท ผลกำไรสุทธิ เป็นเงิน 6,531,325 ล้านบาท และเงินสดคงเหลือสุทธิปีที่ 5 เป็นเงิน 14,326,132 ล้านบาท กรณีปกติ (Normal) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) จะใช้เวลาอยู่ที่ 2 ปี ผลตอบแทนเงินลงทุนโครงการ (IRR) คิดเป็น 13% ผลตอบแทนรายได้ 5 ปี รวมเป็นรายได้ 27,24,275 ล้านบาท ผลกำไรสุทธิเป็นเงิน 5,533,699 ล้านบาท และเงินสดคงเหลือสุทธิปีที่ 5 เป็นเงิน 8,475,105 ล้านบาท กรณีย่ำแย่ (Worst) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) จะใช้เวลาอยู่ที่ 2 ปีกับ 6 เดือน ผลตอบแทนเงินลงทุนโครงการ (IRR) คิดเป็น 5% ผลตอบแทนรายได้ 5 ปี รวมเป็นรายได้ 26,509,916 ล้านบาท ผลกำไรสุทธิเป็นเงิน 4,893,774 ล้านบาท และเงินสดคงเหลือสุทธิปีที่ 5 เป็นเงิน 5,935,576 ล้านบาท

บทที่ 7

สรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะ

สำหรับการดำเนินงานในการศึกษาวางแผนการจัดตั้งธุรกิจศูนย์สุขภาพในครั้งนี้ ทำให้ผู้ศึกษาได้เรียนรู้การบริหารจัดการ สภาพปัญหาในการทำธุรกิจและทำให้ผู้ศึกษามองเห็นความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจศูนย์สุขภาพและประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นหลายๆอย่างทั้งปัญหาในด้านการจัดตั้งโครงการและปัญหาในการดำเนินการวิจัย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้สรุปประเด็นแยกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นบทสรุปทางธุรกิจ และประเด็นสรุปปัญหาทางการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 บทสรุปด้านการวิจัย

การดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการเข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก ผู้ศึกษาได้ดำเนินการโดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะคำถามปลายปิด โดยสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้

7.1.1 ผลสรุปวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

- ผลสรุปวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคทางด้านพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการเข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก

ในการดำเนินการจัดตั้งโครงการศูนย์ไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการให้บริการสุขภาพแบบองค์รวม กล่าวคือ การส่งเสริมให้มีสุขภาพกาย สุขภาพจิต และการมีจิตวิญญาณที่ดีในการดำเนินชีวิต ดังนั้นการสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ผู้ศึกษาจึงขอสรุปผลการวิเคราะห์ในลักษณะที่ชี้ให้เห็นชัดว่า ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคถึงเหตุผลที่เข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพ ในด้านความต้องการทางกาย ความต้องการทางจิตใจและความต้องการทางจิตวิญญาณ แยกย่อยออกมาเป็นในเรื่องใดบ้าง เพื่อให้เห็นแนวทางที่ผู้ศึกษาได้นำผลการศึกษาข้อมูลผู้บริโภคไปใช้ในการจัดตั้งโครงการในครั้งนี้

- ความต้องการทางด้านร่างกาย ผลสรุปวิเคราะห์เป็นดังนี้

- เพื่อส่งเสริมสุขภาพ

- ลดน้ำหนัก ดูแลรูปร่าง

- เพื่อบำบัดโรคประจำตัวต่างๆ

- ความเจ็บปวดและอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อ ข้อต่อต่างๆของ

ร่างกายที่ก่อให้เกิดความไม่สบายทางกาย

- ความต้องการทางด้านจิตใจ

- เพื่อฝึกสมาธิ

- เพื่อคลายเครียด
- เพื่อความผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ
- ความต้องการทางด้านจิตวิญญาณ
 - เพื่อเรียนรู้ศาสตร์การดูแลสุขภาพร่างกายของตนเองด้วยศาสตร์ต่างๆ
 - เพื่อเรียนรู้การควบคุมอารมณ์และจิตใจให้สงบ
 - เพื่อให้รู้จักการรักษาและดูแลสุขภาพร่างกายของตนเองให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ใน

สังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

7.1.2 ผลสรุปวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพ

การเก็บข้อมูลในด้านปัจจัยการเลือกเข้าใช้บริการศูนย์สุขภาพผู้ศึกษาได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด Marketing Mix 7Ps มากำหนดเป็นแบบในการสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านปัจจัยต่างๆ ทั้ง 7 ปัจจัย ผลการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้

- ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตัวบุคลากรในด้านความสามารถในเรื่องการบริการการให้ความรู้ด้านสุขภาพที่จะสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมถึงเจ้าหน้าที่บริการภายในศูนย์ที่สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆของการเข้าใช้บริการได้เป็นอย่างดีและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในการให้บริการ

ศูนย์สุขภาพ Life Balance มีจุดมุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพของบุคลากรอยู่แล้วดังนั้นในการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาประจำที่ศูนย์สุขภาพจึงคัดเลือกบุคลากรจากสถาบันฝึกอาชีพที่มีมาตรฐานรองรับถูกต้องเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพและความสามารถที่มีใบประกาศรองรับเชื่อถือได้

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกภายในศูนย์บริการเป็นหลัก เช่น การมีห้องรับรอง มีห้องน้ำไว้ให้บริการลูกค้า รวมถึงในเรื่องความสะอาดและบรรยากาศที่ดีของสถานที่ให้บริการ

ศูนย์สุขภาพ Life Balance ให้ความสำคัญกับการออกแบบและตกแต่งสถานที่ให้สวยงามและมีบรรยากาศที่ดีเพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านห้องรับรองลูกค้าและห้องน้ำก็เตรียมไว้บริการลูกค้าเช่นกัน

- ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับขั้นตอนการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนการฝึกโยคะซึ่งเป็นบริการที่ศูนย์ Life Balance นำเข้ามาใช้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความปลอดภัยในการฝึกโยคะมากขึ้น รวมถึงการให้บริการที่เป็นระบบและรวดเร็วเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

ศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้นำเสนอบริการพิเศษในด้านความปลอดภัยก่อนการเริ่มฝึกโยคะด้วยการจัดให้ลูกค้าเข้ารับการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายก่อนเริ่มคอร์สฝึกโยคะทั้งนี้

เพื่อลดข้อจำกัดของร่างกายในการฝึกโยคะเพราะถ้ามีส่วนไหนของร่างกายมีอาการบาดเจ็บเราก็จะแนะนำการรักษาให้ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รักษาตนเองก่อนแล้วจึงค่อยเริ่มฝึกโยคะต่อไป

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของศูนย์บริการผ่านสื่อต่างๆ และการจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆที่น่าสนใจ

ศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้วางแผนการประชาสัมพันธ์องค์กรโดยใช้ Social Media เข้ามามีส่วนช่วยด้านช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อความรวดเร็วในการส่งต่อข้อมูลถึงลูกค้ารวมทั้งการประชาสัมพันธ์ด้านโปรโมชั่นต่างๆและการขายผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์และการใช้ Social Media ก็ทำให้เราสามารถขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้นในเวลาอันรวดเร็วอีกด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการต่างๆที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานการบริการรองรับ และบริการที่มีความหลากหลายก็จะยิ่งทำให้น่าสนใจมากขึ้น

ศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้จัดให้มีบริการที่จะช่วยส่งเสริมสุขภาพร่างกายของผู้มาใช้บริการให้เกิดมีสุขภาพดีขึ้นแบบองค์รวมทั้งร่างกายที่แข็งแรง จิตใจที่สมบูรณ์ และจิตวิญญาณที่จะสามารถดำรงวิถีชีวิตในสังคมได้อย่างปลอดภัย จึงได้นำเสนอบริการที่หลากหลายแต่สอดคล้องในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพในวิธีการร่วมกันอย่างมีคุณภาพ

- ปัจจัยด้านราคา (Price) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายบริการที่มีความเหมาะสมและมีการแสดงค่าใช้จ่ายบริการไว้อย่างชัดเจน

ศูนย์สุขภาพ Life Balance เนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพมีการแข่งขันที่สูงมากดังนั้นเรื่องราคาค่าบริการที่ศูนย์บริการตั้งไว้จึงไม่ได้อยู่ในระดับที่สูงมากนักเพื่อส่วนแบ่งทางการตลาดที่เราตั้งเป้าหมายไว้และรายได้ที่เรามั่นใจว่าจะเติบโตไปได้ในระดับที่เราต้องการเนื่องจากบริการของศูนย์มีความผสมผสานกันในหน้าที่ตั้งนั้นลูกค้าจากบริการหนึ่งก็อาจไปใช้อีกบริการหนึ่งก็ได้

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งโครงการที่สะดวกต่อการเดินทางไปใช้บริการและอยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค

ศูนย์สุขภาพ Life Balance อยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง ติดถนนใหญ่และใกล้แหล่งสาธารณูปโภคในเขตราชเทวี

7.2 บทสรุปทางธุรกิจ

ปัจจุบัน ธุรกิจสปาไทยกำลังเติบโตไปได้ด้วยดีตามแรงสนับสนุนจากภาครัฐซึ่งมีนโยบายที่มุ่งมั่นให้เป็นประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ “Medical Hub” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเพราะค่าใช้จ่ายบริการที่มีราคาคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับจึงเป็นเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาใช้บริการด้านสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งก็สอดคล้องกันกับการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจสปาไทยที่อุปนายกสมาคมสปาไทย ภัททิราพร เขียวสนั่น (2552) ได้เคยกล่าวไว้ว่า

ธุรกิจสปาไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี โดยเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 5-6% สร้างรายได้เฉลี่ยประมาณ 15,000-16,000 ล้านบาทต่อปี กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 80% โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ ฮองกง อเมริกา พื้นที่ภาคเหนือเช่น เชียงใหม่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวีย ยุโรป ส่วนนักท่องเที่ยวในตลาดอาเซียนทั้ง อินเดีย เกาหลี จีน ปัจจุบันได้ใช้บริการสปาไทยเพิ่มมากขึ้น และส่วนที่เหลือ อีก 20% เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งในเวลานี้ทางอุตสาหกรรมสปาได้วางแผนที่จะขยาย ตลาดคนไทยให้มากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากสปาไทยมีจุดเด่นในด้านคุณภาพ มาตรฐาน บุคลากรผลิตภัณฑ์ การออกแบบดีไซน์ รวมถึงการบริหารจัดการด้วยเป็นศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความโดดเด่นในความเป็นไทยที่ไม่เหมือนใคร แต่ถึงกระนั้นธุรกิจนี้ ก็ยังต้องพัฒนาในทุกๆด้านให้มีความพร้อมมากขึ้นเพื่อรองรับตลาดที่จะเติบโตขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2558 ที่จะต้องแข่งขันกันภายในตลาดอย่างเสรีเมื่อมีการเปิด AEC ขึ้นอย่างเป็นทางการ

การพัฒนาทางด้านธุรกิจสปาไทย เพื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 สิ่งสำคัญจะต้องพัฒนา ได้แก่ ด้านการศึกษา โดยเฉพาะภาษาเพื่อใช้ในการสื่อสาร ทั้งภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ การพัฒนาทางด้านความคิดนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสปาไทย การผลิตบุคลากรที่เป็นคนไทยในการให้บริการ ซึ่งตลาดมีความต้องการบุคลากรด้านสปาที่เป็นคนไทยมากกว่าชาติอื่นๆ เพราะตลาดมองว่าจะได้ความรู้สึก และได้รับการบริการที่เป็นสปาไทยอย่างแท้จริง ขณะที่ทางสมาคมธุรกิจสปาเองได้จัดเตรียม ฝึกอบรมการให้ความรู้ ทั้งในระดับพนักงานผู้ให้บริการ และในระดับผู้บริหารอย่างต่อเนื่องอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2558)

จากการดำเนินการจัดตั้งโครงการศูนย์ไทยสปายะบริการนวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก บริษัท Life Balance จำกัด เป็นธุรกิจขนาดเล็กงบการลงทุนในโครงการไม่สูงมากนัก จึงทำให้ต้องบริหารการจัดการงบการเงินอย่างรอบคอบแต่ก็ต้องทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงานแต่ละส่วนทั้งด้านการออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ และการออกแบบตกแต่งภายในถึงแม้จะมีข้อจำกัดในงบประมาณแต่เราก็พยายามที่จะออกแบบให้สวยงามและผสมผสานความเป็นเอกลักษณ์

ไทยเข้ามาใช้ในการตกแต่งทำให้สถานที่น่าเข้ามาใช้บริการเมื่อผู้บริโภคมองเห็น รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในศูนย์สุขภาพเราก็จัดให้มีไว้อย่างครบครันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ด้วยความที่เราเป็นศูนย์บริการขนาดเล็กจึงรองรับกลุ่มลูกค้าได้ไม่มากแต่เราก็ใส่ใจและมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากรเพื่อสร้างประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการศูนย์สุขภาพทั้งนี้เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เป็นที่จดจำและเกิดความประทับใจ

ตามนโยบายสนับสนุนจากรัฐบาลที่มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจสปาไทยให้มีมาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลเพื่อรองรับการเข้าสู่ตลาดการค้าเสรี ประชาคมอาเซียน (AEC) ศูนย์สุขภาพของเราจึงได้วางแผนการจัดการในด้านต่างๆ ทั้งด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านแผนการตลาด ด้านพันธมิตร ให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาที่ทางภาครัฐได้วางแผนยุทธศาสตร์ไว้ คือ การแข่งขันได้ในระดับสากลและความเป็นหนึ่งในบริการด้านสุขภาพในระดับอาเซียน

7.2.1 ด้านบุคลากร ศูนย์สุขภาพได้นำเสนอบริการใน 3 รูปแบบ คือ นวดแผนไทย การออกกำลังกายแบบโยคะ และ การนวดจัดกระดูก ทั้งนี้มีแนวคิดเพื่อให้เป็นศูนย์สุขภาพแบบองค์รวมไทยสัปปายะที่มีการนำเอาองค์ความรู้ที่แตกต่างมาผสมผสานการให้บริการและทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ให้บริการด้านสุขภาพ เราจึงมุ่งเน้นให้มีการอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาความชำนาญเฉพาะทางในการบริการอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษให้กับพนักงานของศูนย์สุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย

7.2.2 ด้านผลิตภัณฑ์ นอกจากจะมีการบริการด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น ศูนย์สุขภาพก็ได้ผลิตสินค้าที่เป็นสูตรเฉพาะของศูนย์เองเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มเติมโดยเน้นคุณภาพประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของศูนย์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดและเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยกับการบำบัดรักษาสุขภาพอีกทางหนึ่งด้วย

7.2.3 ด้านแผนการตลาด ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วมาก ศูนย์บริการจึงได้วางแผนการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือ Social Media เข้ามามีส่วนช่วยเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและสะดวกในการติดต่อกับลูกค้าเพื่อใช้เวลาให้น้อยที่สุดแต่เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านการบริการ จึงได้จัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์องค์กร สร้างช่องทาง IG , Twitter , Line เพื่อเพิ่มช่องทางติดต่อกับลูกค้าแบบ Real Time ได้ตลอด 24 ชม.

7.2.4 ด้านพันธมิตร การให้ความสำคัญกับพันธมิตรคู่ค้าของเราก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ศูนย์สุขภาพ Life Balance จึงให้ความสำคัญกับการเข้าถึงคู่ค้าของเราที่จะมีส่วนช่วยให้ธุรกิจของเราดำเนินการได้ง่ายขึ้น ทั้งด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางติดต่อกับลูกค้า และด้านส่งเสริมการตลาด ยกตัวอย่างเช่น พันธมิตรด้านช่องทางที่จะทำให้ลูกค้าเข้าถึงศูนย์บริการของเราได้

ง่ายขึ้น ก็คือ บริษัททัวร์ หรือ มัคคุเทศก์ ที่จะมีส่วนช่วยเราอย่างมากที่จะแนะนำนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติให้เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์สุขภาพของเรา หรือพันธมิตรทางด้านสินค้าและบริการ ก็คือ สถาบันที่ผลิตบุคลากรในสายอาชีพต่างๆที่เราจำเป็นต้องคัดเลือกให้ได้คุณภาพกับธุรกิจของเรา

ในด้านผลการดำเนินธุรกิจจากแผนการงบประมาณที่เราได้วางไว้ของธุรกิจศูนย์สุขภาพ Life Balance จากการตั้งสมมุติฐานทางการเงินธุรกิจของเราสามารถดำเนินการคืนทุนได้ภายในหนึ่งปีกว่า ในกรณีผลประกอบการดีเยี่ยมซึ่งก็เป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่เราคาดไว้ว่าธุรกิจศูนย์สุขภาพของเราจะสามารถคืนทุนได้ภายในเวลา 5 ปี และอีกสองกรณีของความเสียหายที่เราสมมุติฐานไว้ก็คือ กรณีที่สามารถคืนทุนได้ภายในภายในสองปีในกรณีผลประกอบการในลักษณะปกติ และสามารถคืนทุนได้ภายในสามปีในกรณีผลประกอบการย่ำแย่

จากแผนการจัดตั้งโครงการที่ได้ดำเนินการมาทั้งหมด สามารถมองเห็นภาพรวมของการจัดตั้งธุรกิจสปาขนาดเล็ก ได้รู้ถึงแนวทางในการดำเนินธุรกิจ การสร้างโมเดลเพื่อให้เกิดรายได้ และยังช่วยยกระดับสปาไทยขนาดเล็กแต่สามารถให้บริการได้ทั้งสองรูปแบบคือเป็นได้ทั้งสถานที่บำบัดเพื่อรักษาอาการบาดเจ็บของกระดูกและกล้ามเนื้อ กล่าว คือจัดตั้งเป็นรูปแบบคลินิกแพทย์แผนไทยนวด จัดกระดูกและสถานบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพนวดแผนไทยและการออกกำลังกายแบบโยคะ อยู่ในศูนย์เดียวกันแล้วบูรณาการองค์ความรู้ทั้งสามอย่างนำเสนอการบริการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งนี้ก็อาจจะเป็นกรณีศึกษาในการที่จะพัฒนาธุรกิจสปาให้เติบโตไปสู่ระดับสากลได้ถึงแม้ว่าขนาดของธุรกิจจะมีส่วนช่วยในแนวรับของการแข่งขันในระดับประเทศด้วยศักยภาพที่ไม่มากพอ แต่ถ้าเราสามารถจัดการและวางแผนธุรกิจของเราให้มีความพร้อมในทุกๆด้านอย่างแนวทางที่ศูนย์สุขภาพ Life Balance ได้นำเสนอก็สามารถช่วยยกระดับธุรกิจสปาขนาดเล็กให้เป็นที่ต้องการของตลาดในระดับสากลได้ ถ้าเราสร้างให้มีความต่างและโดดเด่นด้วยศักยภาพที่เรามีทั้งหมด

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2558). *ภาพรวมกลุ่มธุรกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.datawarehouse.abd.go.th/bdw/business/detail>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2558). *ธุรกิจสปาไทยเตรียมรับ AEC เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน*. สืบค้นจาก <http://www.th.acctourismthai.com>.
- การนวดจัดกระดูก*. (2558). สืบค้นจาก <http://www.siripatthaimedonlineschool.com/>.
- การนวดเพื่อสุขภาพ*. (2558). สืบค้นจาก <http://www.siripatthaimedonlineschool.com/>.
- กิตติชัย อนุวัชประยูร. (2558). *การนวดเพื่อสุขภาพ*. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th/Schools/Shs/upload>.
- ความเชื่อและทฤษฎีเกี่ยวกับกำเนิดของจักรวาลโลกและชีวิต*. (2558). สืบค้นจาก http://banjommyut.com/library/2552/peace_and_peace/index.html.
- คริสฐา จำเรียง. (2553). *โครงการจัดตั้งศูนย์รวมความบันเทิง ปีปีกัน*. การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตตินันท์ นันท์ไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- บุษกร บิณฑสันต์. (2553). *ดนตรีบำบัด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มุมมองทางการตลาด*. (2558). สืบค้นจาก <http://golfweerawat.blogspot.com/2013/04/7ps-vs-7cs.html>.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). *พื้นฐานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- รณินทร์ กิจกล้า. (2558). *เครื่องมือพัฒนาองค์กรสู่การบริหารจัดการสมัยใหม่*. สืบค้นจาก <http://www.thaindc.org/index.php?lay=show&ac=article&id=539427084>.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย. (2552). *การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ*. สืบค้นจาก http://mkpayap.payap.ac.th/Contents/satisfy_siriporn.doc.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์. (2553). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: S.M. Circuit.
- ศุภกร เสรีรัตน์. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เออาร์.บิซิเนส เพรส.
- ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี. (2558). *การรักษาแบบโคโรนารีคัต*. สืบค้นจาก <http://ramacme.ra.mahidol.ac.th/th/?q=node/17>.

- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2558). *โครงสร้างประชากร*. สืบค้นจาก <http://www.203.155.220.230/info/NowBMA/Frame.asp>.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2551). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สุรณี ทรัพย์เจริญ. (2553). *ศูนย์ศิลปะเพื่อรูปแบบการใช้ชีวิต*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานแพทย์ทางเลือก. (2558 ก). *การปรับสมดุลโครงสร้างร่างกาย*. สืบค้นจาก http://thaicamdb.info/article_doc.php?article=210.
- สำนักงานแพทย์ทางเลือก. (2558 ข). *โยคะเพื่อสุขภาพ*. สืบค้นจาก http://thaicamdb.info/article_doc.php?article=210.
- สำนักงานแพทย์ทางเลือก. (2558 ค). *โยคะการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม*. สืบค้นจาก http://thaicamdb.info/article_doc.php?article=210.
- สำนักงานแพทย์ทางเลือก. (2558 ง). *โยคะ*. สืบค้นจาก http://thaicamdb.info/article_doc.php?article=210.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว). (2558). *รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย
การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สืบค้น
จาก [http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocumentsสปาและบริการสุขภาพ
20_final.pdf](http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocumentsสปาและบริการสุขภาพ20_final.pdf).
- หลักการตลาด 7Ps*. (2558). สืบค้นจาก <http://www.mba.sorrawut.com/wiki>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Maslow's Hierarchy of needs*. (2015). Retrieved from <http://www.simplypsychology.org/maslow.htm>.
- SWOT Analysis*. (2015). Retrieved from http://en.wikipedia.or/wiki/Swot_analysis.



ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร

ผู้ศึกษาได้วางแผนการจัดตั้งโครงการ “ศูนย์ไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก” เพื่อจัดตั้งให้เป็นศูนย์บริการด้านสุขภาพในรูปแบบองค์กรรวมที่ได้นำศาสตร์การดูแลสุขภาพทั้ง 3 ศาสตร์ ได้แก่ ศาสตร์การนวดแผนไทย ศาสตร์การออกกำลังกายแบบโยคะ และศาสตร์การนวดจัดกระดูกมาผสมผสานเทคนิควิธีการดูแลสุขภาพทำให้เกิดเป็นรูปแบบการบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านสุขภาพแก่ผู้มาเข้าใช้บริการทั้งทางด้านร่างกาย จิตและจิตวิญญาณ ตามแนวคิดของศูนย์สุขภาพที่มุ่งเน้นที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมสุขภาพคนในสังคมแบบองค์กรรวมและเพื่อพัฒนาศักยภาพในด้านการบริการของศูนย์สุขภาพไปสู่ระดับสากล

โดยวางแผนกำหนดระยะเวลาในการคืนทุนภายในเวลา 5 ปี นับตั้งแต่วันเปิดทำการธุรกิจ คือวันที่ 1 มิถุนายน 2558 โดยใช้เงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 4,500,000 บาท จำนวนผู้ถือหุ้น 3 คน

ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมุติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีผลประกอบการดีเยี่ยม (Best Case) กรณีผลประกอบการปกติที่เป็นไปได้ (Most Likely Case) และในกรณีที่ผลประกอบการตกต่ำ (Worst Case) โดยกำหนดจากเงื่อนไขของรายได้จากส่วนของการให้บริการ นวดแผนไทย โยคะ คลินิกแพทย์แผนไทย และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวดเพื่อสุขภาพ และสามารถสรุปผลตอบแทนทางการเงินของโครงการได้ทั้ง 3 กรณี เป็นดังนี้

Description	Best Case	Normal Case	Worst Case
รายได้	28,849,275	27,424,051	26,509,916
กำไรสุทธิ	6,531,325	5,533,669	4,893,774
กระแสเงินสดสุทธิ	14,326,132	8,475,105	5,935,576
Payback Period	0.67	2.00	2.50
NPV	฿9,826,132.14	฿3,975,104.80	฿1,435,575.71
IRR	35%	13%	5%

จากตารางสรุปผลตอบแทนทางการเงินทั้ง 3 กรณี ในภาพรวมธุรกิจศูนย์สุขภาพไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก สามารถสร้างรายได้สูงสุดในลักษณะดีเยี่ยมภายใน 5 ปี คิดเป็น 28,849,275 กำไรสุทธิทั้งหมด 6,531,325 โดยสรุปกระแสเงินสดแสดงสภาพคล่องทางการเงินอยู่ที่ 14,326,132 ล้านบาทและสามารถคืนทุนได้ภายในเวลาไม่ถึง 1 ปีเต็ม และผลตอบแทน

เงินลงทุนของโครงการ (IRR) อยู่ที่ 35% จากเงินลงทุนโครงการ 4,500,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นระดับที่น่าพอใจสำหรับการลงทุนในธุรกิจนี้และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ แต่ถ้าเปรียบเทียบผลตอบแทนทางการเงินกับอีก 2 กรณี คือ กรณี Normal กับ กรณี Worst case ถึงแม้ว่าระยะเวลาในการคืนทุนจะใช้เวลานานกว่าแต่ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการก็ยังอยู่ในระดับความเสี่ยงที่พอรับได้ ทั้งตัวเลขกำไรสุทธิและตัวเลขกระแสเงินสดสุทธิ เพราะธุรกิจศูนย์สุขภาพยังมีการเติบโตไปได้อีกไกลตามยุทธศาสตร์ของภาครัฐที่วางแผนสนับสนุนเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการสามารถสร้างกลยุทธ์ทำให้ศูนย์สุขภาพของตัวเองเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากลได้ โอกาสการเติบโตในธุรกิจก็เป็นไปได้ไม่ยาก



ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

โครงการจัดตั้ง “ศูนย์ไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก”

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบการจัดตั้งโครงการ “ศูนย์ไทยสัปปายะบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดกระดูก” ของนักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอความกรุณาให้ท่านตอบตามความเป็นจริง คำตอบของท่านจะเป็นความลับและจะไม่ส่งผลใดใดต่อท่าน โดยส่วนคำถามจะแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการฝึกโยคะ การจัดกระดูก การนวด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกด้วยศาสตร์การจัดกระดูกและศาสตร์การนวด

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกด้วยศาสตร์การจัดกระดูก และศาสตร์การนวดบำบัด

ส่วนที่ 5 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมายใน ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงและเติมค่าลงในช่องว่างที่เป็นจริง เกี่ยวกับตัวท่านและกรุณาตอบทุกคำถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี 2. 25 – 34 3. 35 – 44
 4. 45 – 53 5. 54 ปีขึ้นไป

3. สถานะภาพ

1. โสด 2. สมรส
 3. หย่าร้าง/หม้าย 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. สูงกว่าปริญญาตรี 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

5. อาชีพ

1. พนักงานบริษัทเอกชน 2. เจ้าของสถานประกอบการ
 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4. อื่นๆ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 2. 10,000 – 30,000
 3. 30,000 – 50,000 4. 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการฝึกโยคะ การจัดการடுก การนวดบำบัด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมายใน ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงและเติมค่าลงในช่องว่างที่เป็นจริง เกี่ยวกับตัวท่านและกรุณาตอบทุกคำถาม

❖ หากท่านเคย

1. ฝึกโยคะ ทำข้อ 8 – 10 และข้ามไปทำข้อ 17
2. เข้ารับบริการจัดการடுก ทำข้อ 11- 13
3. เข้ารับบริการนวดบำบัด ทำข้อ 14 – 16
4. ฝึกโยคะ จัดการடுกและนวดบำบัด ทำข้อ 8 เป็นต้นไป

8. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกฝึกโยคะ (เลือกตอบเพียง 1ข้อ)

1. ฝึกสมาธิ / คลายเครียด 2. ลดน้ำหนัก / ดูแลรูปร่าง
 3. เพื่อสุขภาพ 4. บำบัดโรค
 5. เรียนรู้ศาสตร์โยคะ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านใช้เวลาฝึกโยคะบ่อยแค่ไหน

1. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง 2. 2 ครั้งต่อสัปดาห์
 3. มากกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

10. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านต้องจ่ายในการฝึกโยคะ

1. ต่ำกว่า 1,000 2. 1,000 – 2,000
 3. 3,000 บาทขึ้นไป

11. เหตุผลที่ท่านเข้ารับบริการการจัดการกระดูก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ความเจ็บปวดและอาการเกร็งของกล้ามเนื้อ
- 2. ข้อต่อต่างๆเคลื่อนไหวผิดปกติ
- 3. ข้อต่อบวม
- 4. การผิดรูปของข้อต่อและการเคลื่อนหลุดของข้อต่อ
- 5. โรคประจำตัวต่างๆ เช่น ปวดศีรษะ ไมเกรน
- 6. อื่นๆโปรดระบุ.....

12. ท่านเข้ารับบริการการจัดการกระดูกบ่อยแค่ไหน

- 1. 1 ครั้งต่อเดือน
- 2. 2 ครั้งต่อเดือน
- 3. มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน
- 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

13. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านเข้ารับบริการการจัดการกระดูก

- 1. ต่ำกว่า 1,000
- 2. 1,000 – 2,000
- 3. 2,000 บาทขึ้นไป

14. เหตุผลที่ท่านเข้ารับบริการการนวด

- 1. เพื่อบำบัดอาการบาดเจ็บ
- 2. เพื่อส่งเสริมสุขภาพ
- 3. เพื่อความงาม
- 4. เพื่อความผ่อนคลาย
- 5. อื่นๆโปรดระบุ.....

15. ท่านเข้าใช้บริการการนวดบำบัดบ่อยแค่ไหน

- 1. 1 ครั้งต่อเดือน
- 2. 2 ครั้งต่อเดือน
- 3. มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน
- 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

16. ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่านเข้ารับบริการการนวดบำบัด

- 1. ต่ำกว่า 1,000
- 2. 1,000 – 2,000
- 3. 3,000 บาทขึ้นไป
- 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 3 : ข้อมูลทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับศูนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกด้วย
ศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การนวด**

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมายใน ลงใน หน้าข้อความที่เป็นจริงและเติมค่าลงในช่องว่างที่เป็น
จริง เกี่ยวกับตัวท่านและกรุณาตอบทุกคำถาม

17. ท่านเคยใช้บริการศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การนวดเพื่อประเมินความพร้อมของร่างกาย
ก่อนเริ่มฝึกโยคะหรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

18. ท่านคิดว่าการประเมินความพร้อมของร่างกายด้วยศาสตร์การจักระดูกและศาสตร์การนวดก่อน
การฝึกโยคะจะมีส่วนช่วยป้องกันการเกิดการบาดเจ็บจากการฝึกโยคะมากน้อยแค่ไหน

1. เห็นด้วย 2. ค่อนข้างเห็นด้วย
 3. เห็นด้วยปานกลาง 4. ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
 5. ไม่เห็นด้วย

19. ท่านคิดว่าการมีบริการการประเมินสภาพความพร้อมของร่างกายด้วยศาสตร์การจักระดูกและ
ศาสตร์การนวดให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกโยคะจะเป็นประโยชน์กับการฝึกโยคะของท่านมากน้อยแค่ไหน

1. ต้องการมา 2. ต้องการค่อนข้างมา
 3. ต้องการปานกลาง 4. ต้องการค่อนข้างน้อย
 5. ต้องการน้อย

(มีแบบสอบถามส่วนที่ 4 ต่อด้านล่าง)

ส่วนที่ 4 : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการศูนย์ฝึกโยคะที่มีการประเมินสภาพร่างกายก่อนฝึกด้วย
ศาสตร์การจักรกระดูกและศาสตร์การนวด

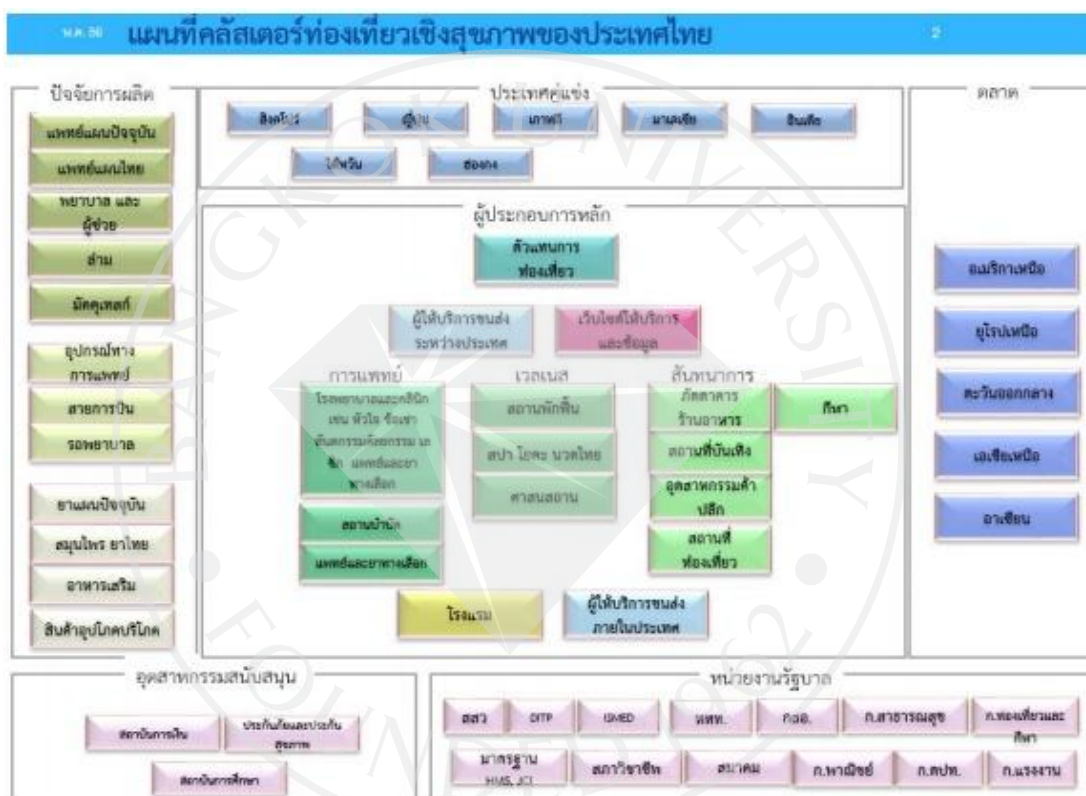
คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่เป็นจริงตามความคิดเห็นของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะ	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ชื่อเสียงของสถาบันเป็นที่รู้จักไปทั่ว					
2. หลักสูตรมีคุณภาพได้มาตรฐาน					
3. ความหลากหลายของคอร์ส					
4. มีการรับรองหลักสูตรโดยสถาบันที่เชื่อถือได้					
5. ครูฝึกเป็นผู้มีชื่อเสียง					
6. ครูฝึกผ่านการฝึกอบรมการสอนอย่างถูกวิธี					
7. ความหลากหลายของช่วงเวลาฝึก					
ด้านราคา (Price)					
8. ค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการมีความเหมาะสม					
9. ค่าสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายบริการแสดงไว้ชัดเจน					
10. มีช่องทางการชำระเงินหลากหลาย					
11. มีการแบ่งชำระเป็นงวดๆ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
12. ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง					
13. สถานที่ฝึกอยู่ใกล้ที่พักอาศัย / ที่ทำงาน					
14. มีที่จอดรถรองรับเพียงพอ					
15. สถานที่บริการอยู่ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
16. ข้อมูลการให้บริการครบถ้วนทันสมัย					
17. มีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษต่างๆ					
18. มีการให้ทดลองใช้บริการฟรี					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานฝึกโยคะ	ระดับแรงจูง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)					
19. มีกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น มีการจัดคอร์สอบรมพิเศษ					
20. มีการแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ					
ด้านบุคลากร (People)					
21. พนักงานมีบุคลิกภาพและกิริยามารยาทดี					
22. พนักงานมีความเอาใจใส่ในการบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส					
23. พนักงานสามารถแนะนำรายละเอียดได้เป็นอย่างดี					
24. ครูผู้ฝึกสอนมีอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง					
25. บุคลากร/ผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ					
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
26. การออกแบบตกแต่งสถานที่สวยงาม					
27. สถานที่ฝึกสะอาด อากาศถ่ายเทดี					
28. มีห้องรับรองและห้องน้ำ					
29. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย					
ด้านกระบวนการ (Process)					
30. มีการบริการที่ดี					
31. มีคู่มือประกอบการฝึกให้อ่านประกอบ					
32. แจ้งวิธีปฏิบัติตนก่อน ระหว่าง และหลังฝึก					
33. มีขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว					
34. มีการประเมินสภาพของร่างกายก่อนการฝึก เช่น มีการตรวจอาการบาดเจ็บต่างๆทุกส่วนของร่างกาย					

ภาคผนวก ค แบบจำลองใหม่ของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

แบบจำลองใหม่ของคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คณะวิจัยโครงการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการ SMEs ไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Ready) สำหรับอุตสาหกรรมบริการ สุขภาพ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม พ.ศ. พฤษภาคม 2556



รูปที่ 1 แผนที่คลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย



ศูนย์สุขภาพเชตวันบริการนวดแผนไทยต้นตำรับวัดโพธิ์ เพื่อสุขภาพและความงาม และ
โรงเรียนนวดแผนโบราณเชตวัน(แจ้จ๊วนนะ)

อาคารสายลม ถ.แจ้จ๊วนนะ ซ.ปากเกร็ด-แจ้จ๊วนนะ 15 อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
โทร.0-2962-7338 ถึง 40



โรงเรียนบางกอกโยคะ รับฝึกสอนโยคะสำหรับผู้สนใจอาชีพครูฝึกโยคะและสนใจฝึกโยคะ
เพื่อสุขภาพ

อาคารไอทีเอฟ (ITF) สีลมพลาเสส ชั้น 17 ถนนสีลม กรุงเทพมหานคร
โทร 02-634-4200 , 081-826-8147 www.bangkogyoga.com



ศิริราช สหคลินิก การแพทย์แผนไทยนวดบำบัด ภาพถ่ายบำบัด

ตั้งอยู่บน ถนนเพชรเกษม ซ.เทศบาล 1 ใกล้กับ BIG C สาขาอ้อมน้อย

โทร 087-1639644, 089-2867225, 081-8556590

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ – สกุล : จุรีรัตน์ สุธาอรรถ
วัน เดือน ปีเกิด : 25 มกราคม 2519
วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี ศิลปะศาสตร์บัณฑิต
คณะมนุษยศาสตร์ วิชาเอกสื่อสารมวลชน วิชาโทประวัติศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน : เจ้าหน้าที่ฝ่ายข้อมูลสินค้า ฝ่ายจัดซื้อ ผู้ช่วยเภสัชกร
บริษัท เพ็ชรรัตน์ ฟาร์มา จำกัด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 25 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) สุวิรัตน์ สุชาธรรม อยู่บ้านเลขที่ 1
ซอย สี่แยกคลองโพธิ์เหนือ 28 ถนน พหลโยธิน (นครเกษม 41) ตำบล/แขวง ชนองพรม
อำเภอ/เขต ชนองพรม จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10160
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560300571

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

คณะ นิเทศศาสตร์ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

โครงการวิจัยต้นฉบับไทยสปาและบริการ นวดแผนไทย โยคะ นวดจัดศาสดา
(Thai Spaga service, Thai Massage, Yoga and Chiropractors Center)

.....ซึ่งถือ


เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ


(ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและค่าใช้จ่ายเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นวสาร สุริรัตน์ ส.ช.อรรค)

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... พยาน
(ดร.ปีเตอร์ กัน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร