

BUSINESS INVESTMENT SPA IN THE CAPITAL VIENTIANE, LAOS PDR

Jarapat Surawairoj^{1*}, Banpot Wiroonratch^{1*}

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

This study attempts to study condition and problems of the investment in Spa business in Vientiane Capital, Laos PDR. This qualitative research study applied in-depth interview to collect the data from 14 Spa business entrepreneurs and related persons in Vientiane Capital, Laos PDR. The results of the study were brought in focus group meeting to evaluate the validity and the reliability.

The findings on the general conditions of the investment in Spa business in Vientiane Capital, Laos PDR reveal that 1) there were two types of spa business operating in Vientiane Capital, Laos PDR: Type 1: Day Spa, and Type 2: Hotel & Resort Spa; 2) the length to operate the business was the range of one to three years; 3) most of the entrepreneurs (first rank) hired the location to do spa business and then the others (second rank) owned the location to do spa business; 4) The first-rank customers of the business were foreigners and the second-rank customers were workers in Vientiane Capital, Laos PDR; 5) The top five spa program offering to customers were (1) foot massage, (2) Lao traditional massage, (3) oil massage, (4) steam massage, and (5) body scrub; 6) For advertising media, the first top media was the use of staff in spa shop to inform the promotions to their customers and the second-rank media was the use of local media whereas the third-rank media was online media; 7) The first top campaign of spa shop was the subscription of yearly member, the second ranks were the reduction and the selling to online tour agent, and the third rank went to the combined selling of spa program and hotel room; 8) The staff could be divided into three divisions: shop manager, receptionists and spa massagers. The number of staff correlated to the size of the ship and; 9) Placing the job vacancy at the front of the shop was the first-top mean to apply to the job position whilst the second-rank mean was the use of staff to suggest person to apply for the job and the third-top rank was the use of TV advertising.

The problems in investing to spa business in Vientiane Capital, Laos PDR were 1) The lack of staff who had skill and expert in spa massage, 2) The wage was higher due to the high competition from other entrepreneurs who also need skilled massagers. This leads to the labor to be in and out from the hire frequently and the discontinuity to serve customers. Also, it increased competition in the market as the customers had more alternatives; 3) The cooperation with the state officers took quite a long time. There were complicated processes and led to the delay and high expenses; 4) Laotian government did not allow for investing in spa business in Vientiane Capital, Laos PDR and; 5) Banks Vientiane Capital, Laos PDR had the policy to support spa business Vientiane Capital, Laos PDR.

Keywords: Spa; Vientiane; LAOS PDR.

* Author email addresses: poompui2790@gmail.com, banpot.buu@gmail.com

การลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

จารุพันธุ์ สุรวัยโรจน์¹, บรรพต วิรุณราช¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ใช้วิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative research) เก็บ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและผู้เกี่ยวข้องจำนวนทั้งสิ้น 14 คน และผู้วิจัยได้นำเอาผลของการวิจัยไปทำการประชุมเผชิญหน้า (Focus group) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า สภาพทั่วไปของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 1) ลักษณะของธุรกิจร้านสปาที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เปิดร้านสปา 2 แบบ อันดับที่ 1 แบบ Day และแบบ Hotel & resort spa เป็นอันดับที่ 2 2) ระยะเวลาในการดำเนินกิจการอยู่ในช่วงระหว่าง 1-3 ปี 3) สถานที่เปิดร้านที่เจ้าของร้านทำการเช่าเพื่อเปิดร้านมาเป็นอันดับที่ 1 และสถานที่เปิดร้านที่เจ้าของร้านเป็นเจ้าของสถานที่ เป็นอันดับที่ 2 4) กลุ่มของลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านสปา อันดับที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และกลุ่มคนทำงานในนครหลวงเวียงจันทน์สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นอันดับที่ 2 5) เมนูสปาที่ร้านสปานิยมนำมาเสนอเป็นเมนูให้ลูกค้าเลือกใช้บริการมากที่สุด 5 เมนู อันดับที่ 1 นวดเท้า อันดับที่ 2 นวดแผนโบราณลาว อันดับที่ 3 นวดน้ำมัน อันดับที่ 4 นวดปะคบและอันดับที่ 5 ขัดผิว 6) สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ร้านสปาใช้ อันดับที่ 1 พนักงานประจำร้านสปาเป็นผู้ให้ข้อมูลภายในร้านและประชาสัมพันธ์ด้วยใบปลิว อันดับที่ 2 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และอันดับที่ 3 สื่อออนไลน์ 7) การจัดทำโปรโมชั่นของร้านสปา อันดับที่ 1 สมัครงานรายปี มาเป็นอันดับที่ 2 บัตรส่วนลดและขายกับบริษัทขายทัวร์ออนไลน์ และอันดับที่ 3 ขายเมนูสปารวมกับห้องพัก 8) พนักงานจะถูกแบ่งตามแผนกได้ 3 แผนก คือ ผู้จัดการร้าน พนักงานต้อนรับและพนักงานนวดสปา โดยจำนวนพนักงานจะสัมพันธ์กับขนาดของร้านสปา 9) วิธีการรับสมัครพนักงานในทุกตำแหน่งงาน อันดับที่ 1 คิดป้ายรับสมัครงานหน้าร้าน อันดับที่ 2 พนักงานภายในร้านเป็นผู้แนะนำ และประกาศรับสมัครทางโทรทัศน์ เป็นอันดับที่ 3

ปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อันดับที่ 1 ขาดแคลนพนักงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการนวดสปา อันดับที่ 2 มี 2 ปัญหาด้วยกัน คือ อัตราค่าจ้างที่สูงขึ้น เพราะเกิดการแข่งขันเรื่องค่าแรงจากผู้ประกอบการที่ต้องการพนักงานที่มีฝีมือก็จะมีค่าจ้างที่สูงกว่าที่แรงงานเคยได้ทำให้พนักงานเข้าออกอยู่เป็นประจำและเกิดการไม่ต่อเนื่องในการให้บริการลูกค้าและมีการแข่งขันด้านการตลาดเพิ่มขึ้น เพราะลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น อันดับที่ 3 ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐค่อนข้างใช้เวลานาน มีขั้นตอนค่อนข้างมาก ลำช้าและค่าใช้จ่ายสูง อันดับที่ 4 รัฐบาลลาวไม่อนุญาตให้มีการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ อันดับที่ 5 ธนาคารในนครหลวงเวียงจันทน์มีนโยบายส่งเสริมธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์

คำสำคัญ: สปา; เวียงจันทน์; สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สปาเป็นธุรกิจบริการสาขาหนึ่งที่กรมส่งเสริมการค้าส่งออกกระทรวง พาณิชย์ให้การส่งเสริมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนปัจจุบันเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมากอันดับต้นๆ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งสอดคล้องกับนางภัททิราพร เขียวสนั่น อุปนายกสมาคมสปาไทยกล่าวว่า ธุรกิจสปาไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี โดยเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 5-6% สร้างรายได้เฉลี่ยประมาณ 15,000-16,000 ล้านบาทต่อปี กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 80% (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศในอาเซียน, 2557)

นครหลวงเวียงจันทน์เป็นเมืองใหญ่ที่สุดของประเทศลาวและมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศถึง 692,900 คน (ประเทศลาว, 2557) แขวงนครหลวงเวียงจันทน์เป็นแขวงที่เจริญที่สุดใน 17 แขวงของประเทศลาว สปป.ลาว เป็นประเทศที่มีความใกล้เคียงกับประเทศไทยในด้านสังคม ภาษา และวัฒนธรรม ความได้เปรียบเหล่านี้จะกลายเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักลงทุนทำธุรกิจสปาเข้าไปขยายการลงทุนในนครหลวงเวียงจันทน์เพิ่มมากขึ้นแต่ยังมีปัญหาทางด้านขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง การฝึกฝนทักษะแรงงานต้องใช้ระยะเวลาและเกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายและเมื่อมีฝีมือดีแล้วอาจมีการย้ายไปทำงานที่อื่นที่ให้ค่าจ้างสูงกว่า การเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมอาจกระทำได้อย่างยากเนื่องจากมีการจับจองจากคนท้องถิ่น มีการแข่งขันทางด้านราคาและการให้บริการ ต้นทุนในการดำเนินการอาจไม่สัมพันธ์กับรายได้ในบางช่วงเวลา จึงมีความเสี่ยงในการลงทุนบ้างจากปัญหาข้างต้นทำให้เกิดการลังเลและไม่มั่นใจของนักลงทุนไทยและต่างชาติที่จะเข้าไปลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

ด้วยปัญหาข้างต้นทำให้นักลงทุนไทยยังไม่มี การขยายธุรกิจบริการประเภทธุรกิจสปาไปในประเทศในกลุ่มอาเซียนมากนัก แม้ว่า สปป.ลาว ติดกับประเทศไทย ในหลายจังหวัดสปป.ลาว เป็นประเทศเหมาะในการเริ่มลงทุนธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

แต่ปัจจุบันรัฐบาลของประเทศลาวได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจด้านบริการและการท่องเที่ยวที่เป็นธุรกิจที่กำลังสร้างรายได้ให้กับประเทศลาวมากขึ้นทุกปีและรัฐบาลลาวก็มีนโยบายส่งเสริมธุรกิจบริการ ทำให้ลดขั้นตอนของการเข้าติดต่อธุรกิจและมีการให้ข้อมูลที่โปร่งใสนักลงทุนมากขึ้น คือ กิจการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2557)

ผู้ทำการวิจัยเล็งเห็นว่าความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ จะทำให้นักลงทุนได้รับรู้ข้อมูลรวมถึงปัญหาด้านการลงทุนที่ชัดเจนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อศึกษาแนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ทำการศึกษาสภาพและปัญหา ปัจจัยแห่งความสำเร็จและแนวทางของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ กลุ่มเจ้าหน้าที่กระทรวงการวางแผนและการลงทุนในนครหลวงเวียงจันทน์ และกลุ่มพนักงานด้านสินเชื่อเพื่อการลงทุน ธนาคารในนครหลวงเวียงจันทน์

3. การศึกษาครั้งนี้ได้เริ่มดำเนินการ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 และทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ วันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2557 – วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2558

กรอบแนวทางการดำเนินการวิจัย

การศึกษาศึกษาการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้กำหนดกรอบแนวทางการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ศึกษาการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

ศึกษาสภาพและปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

สัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง

1. สถานประกอบการธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เจ้าหน้าที่กระทรวงการวางแผนและการลงทุนในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. สถาบันการเงินในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ประชุมแบบการเผชิญหน้า (Focus group)

แนวทางการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการดำเนินการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาในครั้งนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ต่อไปนี้

1. ทราบถึงสถานการณ์การลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. ทราบถึงสภาพและปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. ทราบถึงแนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสปา
2. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน
3. แนวคิด และทฤษฎีการลงทุนระหว่างประเทศ
4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. ข้อมูล นครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสปา

สปา (2557) กล่าวว่า สปา มาจากคำในภาษาบาลีโบราณประเทศเบลเยียม หมายความว่า น้ำพุ แต่ในภาษาอังกฤษโบราณ ใช้คำว่า SPAN และสปาแห่งแรกที่มีการกล่าวถึงมากขึ้น ตั้งแต่ ปี ค.ศ.1326 อยู่ที่ ประเทศเบลเยียม ใกล้กับ เมือง LIEGR ซึ่งปัจจุบันเป็นสนามแข่งรถที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก แต่ทั้งนี้ก็มี การสรุปจำกัดความของ “สปา” (Spa) ไว้หลายความหมาย อาทิ ดินตามธรรมชาติ หรือ ถูกสูบน้ำจากใต้ผิวของโลก หรือนำคำว่า สปา (Spa) มาใส่เพื่อจุดประสงค์ ของการรักษาโรค (สปา, 2557)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2554) กล่าวว่า สปา มาจากภาษาละติน ว่า “Sanus per Aquam” หรือ Sanitas per aquas แปลว่าสุขภาพ จากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ ทั้งนี้ จากความเชื่อและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอาจสรุปความหมายกว้าง ๆ ได้ว่า สปาคือการบำบัดด้วยน้ำภายใต้การดูแลของนักบำบัดแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงเป็นสถานที่พักผ่อนเพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพองค์รวมที่ดีจากประกายกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยฯ แบ่งสถานประกอบการออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการเพื่อการดูแลสุขภาพและเสริมสร้างสุขภาพ โดยมีบริการหลัก คือ การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพและอาจมีบริการเสริมประเภทต่าง ๆ อาทิ การทำสมาธิและโยคะ การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัดและการควบคุมอาหาร การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ประกอบด้วย 2) กิจการนวดเพื่อสุขภาพ หมายถึง การนวดเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า 3) กิจการนวดเพื่อเสริมสวย หมายถึง การนวดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมความงาม เช่นการนวดในร้านทำผม / เสริมสวยทั้งนี้กิจการทั้ง 3 ประเภทนี้ ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมตามกฎหมาย คือ พรบ.การสาธารณสุขและประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตามพรบ. สถานบริการ นอกจากนี้ ในการประกอบกิจการยังมีกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิ กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายประกันสังคม พรบ. ภาษี

สรรพสามิตกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอากร ฯลฯ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2554)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน

อลงกรณ์ ธนศรีชัยฎณากุล (2554) การส่งเสริมการลงทุน ต่างประเทศ ทฤษฎี กล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2513 ประเทศพัฒนาแล้วได้เริ่มมีกระแสความนิยมการไปลงทุนในต่างประเทศ แต่ในปี พ.ศ. 2528 จนถึงปัจจุบันประเทศกำลังพัฒนาซึ่งพื้นฐานกำลังการผลิตที่สำคัญของโลกได้แก่เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ จีน มาเลเซีย ไทย และอินเดียได้เริ่มมีกระแสความนิยมการไปลงทุนในต่างประเทศที่เรียกว่า Third World MNEs ซึ่งแรงจูงใจในการลงทุนในต่างประเทศประกอบด้วย 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) การแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติ (Resource-seeking) คือ รูปแบบการออกไปลงทุนในประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้สามารถซื้อวัตถุดิบเหล่านี้ในต้นทุนที่ต่ำสุดได้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัทยูนิย่น โพรเซ่นโปรดักส์ (TUF) ซึ่งเป็นบริษัทไทยไปลงทุนในประเทศปาปัวนิวกินี เนื่องจากต้องการแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติปลาทูน่าซึ่งวัตถุดิบในการผลิต 2) การแสวงหาตลาด (Market-seeking) คือ รูปแบบการออกไปลงทุนในประเทศที่มีตลาดขนาดใหญ่หรือตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตที่สูง โดยอาจมีเป้าหมายเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดเดิม หรือค้นหาตลาดใหม่ก็ได้ 3) การแสวงหาประสิทธิภาพ (Efficiency-seeking) คือ รูปแบบการออกไปลงทุนในประเทศที่มีความสามารถ หรือความถนัดในการผลิตสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของบริษัท ยกตัวอย่างเช่นบริษัทยูนิย่น โพรเซ่น โปรดักส์ (TUF) ซึ่งเป็นบริษัทไทยไปลงทุนในประเทศอเมริกา เนื่องจากประเทศอเมริกาเป็นตลาดใหญ่ของผู้บริโภคทูน่ากระป๋อง ดังนั้น การไปลงทุนในประเทศอเมริกาเพื่อลดต้นทุนในการขนส่งสินค้า

แนวคิด และทฤษฎีการลงทุนระหว่างประเทศ

รัตนา สายคณิต และพุทธกาล รัชช (2549) การส่งเสริมการลงทุน ต่างประเทศ ทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในช่วงปี 2043- 2318 ได้มีลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism) มีความเชื่อว่าความมั่นคงของประเทศชาติขึ้นอยู่กับความสามารถในการ

สะสมโลหะที่มีค่าได้แก่ ทองคำและเงิน เพราะโลหะมีที่ค่าสามารถนำไปใช้แลกเปลี่ยนสิ่งของกับประเทศอื่นได้ ดังนั้นจึงส่งผลให้มีการสำรวจเส้นทางเดินเรือไปยังดินแดนใหม่ การล่าอาณานิคม เพื่อแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ แรงงาน และตลาด นอกจากนี้แล้วยังมีการอุดหนุนการส่งออก และการกีดกันการนำเข้า ในช่วงปี พ.ศ. 2319 ถึงปัจจุบัน ได้มีแนวคิดจากนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก (Classicaleconomist) มีความเชื่อแย้งกับความเชื่อของลัทธิพาณิชย์นิยมว่า ความมั่งคั่งของประเทศชาติขึ้นอยู่กับปริมาณและความเติบโตของปัจจัยการผลิต ส่วนโลหะมีค่าเป็นเพียงเครื่องมือการแลกเปลี่ยนเท่านั้น ซึ่งแนวคิดนี้สามารถอธิบายโดยทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute advantage) ของอาดัม สมิทท์ ในปี พ.ศ. 2319 หมายถึงการใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่าประเทศอื่นในการผลิตสินค้าที่มีจำนวนที่เท่ากัน

2. ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative advantage) ของ เดวิด ริคาร์โด ในปี พ.ศ. 2360 หมายถึงการมีต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำกว่าประเทศอื่นในการผลิตสินค้าที่มีจำนวนที่เท่ากัน

3. ทฤษฎีสภาพปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ (Factor endowment theory) ของ ฮีลิสเชกเซอร์ ในปี พ.ศ. 2462 และ เบอร์ทิล โอห์ลีน ในปี พ.ศ. 2476 หมายถึงความได้เปรียบในการผลิตเกิดจากความแตกต่างของปัจจัยการผลิตที่มีในประเทศ

4. ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International product life cycle theory) ของ เรย์มอนด์ เวิร์นอน ในปี พ.ศ. 2509 ประกอบด้วย

4.1 ขึ้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่

4.2 ขึ้นผลิตภัณฑ์เติบโตเต็มที่

4.3 ขึ้นผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ซึ่งระดับการพัฒนาของประเทศที่แตกต่างกันจะมีขึ้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน และจะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน

5. ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศแนวใหม่ (New Trade Theory) ในปี พ.ศ. 2513 -2523 คือ ความได้เปรียบทางการค้า ประกอบด้วย

5.1 การประหยัดจากขนาด

5.2 การเป็นผู้เคลื่อนไหวรายแรก

5.3 การได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6. ทฤษฎีความได้เปรียบจากการแข่งขันระหว่างประเทศของ ไมเคิล พอร์เตอร์ ในปี พ.ศ. 2533 ประกอบด้วย

1. สภาพปัจจัยการผลิต

2. สภาพอุปสงค์

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน

4. กลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ โครงสร้าง และ

คู่แข่ง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Engel, Blackwell and Kollat (1968) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมถึงไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมของมนุษย์เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริโภคสินค้าและบริการ (Hoyer & MacInnis, 2010) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาว่า ทำไมผู้บริโภคถึงซื้อสินค้า และบริการนั้นๆ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ในการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้า

Schiffman and Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

Kotler (1997) กล่าวว่า ขอบเขตของการตลาด (The scope of marketing) การตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจต่างๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการ ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของ

บริษัทตลอดจนรับผิดชอบต่อการจัดอุปสงค์เหล่านั้น และคอยสำรวจระดับของอุปสงค์ ตามระยะเวลาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ (Kotler, 2003) โดยทั่วไปคนมักเข้าใจว่าการตลาดเป็นศิลปะของการค้าคอตเลอร์ชี้ให้เห็นว่าคือการทำให้รู้จักและเข้าใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อให้จัดสินค้าและบริการได้เหมาะสม (Kotler, 2003) คอตเลอร์ได้อธิบายไว้ใน Marketing Insight from A to Z (Kotler, 2003) ว่า การตลาดไม่ใช่ศิลปะของการหาหนทางในการกำจัดสิ่งที่เราผลิตออกไป แต่การตลาดเป็นศิลปะของการสร้างมูลค่าที่แท้จริงที่ทำให้เกิดขึ้นกับลูกค้าเป็นศิลปะของการช่วยให้ลูกค้ามีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นดังนั้นสารัตถะของงานทางด้านการตลาดสำหรับคอตเลอร์คือ การส่งมอบคุณภาพ บริการและคุณค่าไปสู่ลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤติยา เข้มเยี่ยม (2554) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตพัฒนา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสปาที่สถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตพัฒนา กรุงเทพมหานคร ทุกสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Spa shop) จากสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพกรมสนับสนุนบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 275 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพในเขตพัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากที่สุดปัจจัยเรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล ในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอส่วนปัญหาที่พบจากการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาส่วนประสมการตลาดบริการ

ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ในเรื่องห้องบริการสปาเพื่อสุขภาพสำหรับลูกค้าไม่มีความเป็นส่วนตัว ปัญหาด้านบุคคล ในเรื่องพนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง เครื่องใช้ประเภทผ้าไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ ปัญหาด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ปัญหาด้านกระบวนการ ในเรื่องใช้เวลาในการรอก่อนเข้ารับบริการนานเกินไป ปัญหาด้านราคา ในเรื่องอัตราค่าบริการไม่เหมาะสม และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องไม่มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 3 กลุ่ม ตัวอย่างมีประชากรจำนวน 14 คน โดยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับการลงทุนธุรกิจบริการประเภทธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้ 1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 11 คน เป็นธุรกิจที่สามารถมีกำไรอย่างน้อย 1 ปี ที่ผ่าน ได้รับการแนะนำจากรัฐบาลกระทรวงแผนการและการลงทุนในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) กลุ่มเจ้าหน้าที่กระทรวงการวางแผนและการลงทุนในนครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 1 คน 3) กลุ่มพนักงานธนาคารในนครหลวงเวียงจันทน์ จำนวน 2 คน จากนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจบริการประเภทธุรกิจร้านสปารวมถึงระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย จากนั้นนำไปทำค่า IOC เพื่อหาความเที่ยงตรงของโครงสร้างเนื้อหาจากนั้นนำไปตรวจจริยธรรม เมื่อได้คำถามการวิจัยเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือแนบคำสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยได้รับความช่วยเหลือด้านการจัดส่งเอกสารจากวิทยาลัยแสงสุวรรณ นครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว และเข้าสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามวันเวลาดนัดหมายโดยก่อนเริ่มการทำคำสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียง เมื่อได้ข้อมูล

ครบถ้วนแล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสรุปผลและทดสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยที่ได้มาเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จัดบันทึกอย่างละเอียดและอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่

สรุปผลการวิจัย

เพื่อศึกษาการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า

1. มีการส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐบาลต่อนักลงทุนที่เป็นนักลงทุนสัญชาติลาวเท่านั้นเนื่องจากธุรกิจสปาเป็นธุรกิจขนาดเล็กจึงสงวนไว้ให้กับคนชาติ หากเป็นการลงทุนในธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ภาครัฐยินดีให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่

2. ธนาคารในนครหลวงเวียงจันทน์มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนให้กับกลุ่มนักลงทุนรายใหญ่และรายย่อยแต่ไม่มีนโยบายสนับสนุนธุรกิจสปาโดยเฉพาะ

3. สถานประกอบการจดทะเบียนร้อยละร้อย โดยคนสัญชาติลาวโดยมีผู้ดูแลหรือผู้จัดการร้านสปาเป็นคนสัญชาติลาวร้อยละ 50 สัญชาติไทยร้อยละ 50

เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาของการลงทุนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ มีดังนี้ 1) ขาดแคลนพนักงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการนวดสปา 2) อัตราค่าจ้างที่สูงขึ้นเพราะเกิดการแข่งขันค่าแรงจากผู้ประกอบการที่ต้องการพนักงานที่มีฝีมือก็จะมีค่าจ้างที่สูงกว่าที่แรงงานเคยได้ทำให้พนักงานเข้า ออกอยู่เป็นประจำและเกิดการไม่ต่อเนื่องในการให้บริการลูกค้า 3) มีการแข่งขันด้านการตลาดเพิ่มขึ้น เพราะลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น 4) ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐค่อนข้างใช้เวลานาน มีขั้นตอนค่อนข้างมาก และถ้าชำระค่าใช้จ่ายสูง

2. ปัญหาของการลงทุนของกลุ่มเจ้าหน้าที่กระทรวงการวางแผนและการลงทุนในนครหลวงเวียงจันทน์ นครหลวงเวียงจันทน์ยังไม่มีส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางสำหรับนักลงทุนต่างชาติเพราะเป็นธุรกิจเล็กที่คนในชาติทำเองได้ และขอสงวนไว้ให้คนชาติทำเป็นอาชีพก่อนในขณะนี้ แต่อนาคตอาจจะมีการพิจารณาอีกครั้ง

3. ปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวของกลุ่มพนักงานธนาคารในนครหลวงเวียงจันทน์ ด้านการบริการทางการเงินผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 คนได้กล่าวเหมือนกันคือธนาคารยังไม่มีนโยบายที่เกี่ยวกับธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์

เพื่อศึกษาแนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า

1. แนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ นักลงทุนที่ต้องการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ จะต้องไปจดทะเบียนการเปิดกิจการร้านสปาที่กระทรวงแผนการและการลงทุนในวันเวลาราชการเท่านั้น เมื่อจดทะเบียนแล้วจะมีเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบตั้งแต่การก่อสร้างไปจนถึงการเปิดให้บริการเพื่อเป็นการตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการของร้านสปา แนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สำหรับนักลงทุนที่ต้องการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจ

2. สปาในนครหลวงเวียงจันทน์นั้นต้องเข้าไปติดต่อกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเรื่องนโยบายส่งเสริมการลงทุนที่ธนาคารด้วยตัวเองและปฏิบัติตามที่เจ้าหน้าที่ธนาคารที่แนะนำอีกทั้งยังจัดให้มีการพบปะกันของกลุ่มนักลงทุนอยู่เป็นประจำเพื่อให้ให้นักลงทุนที่เป็นลูกค้าของธนาคารได้พบปะพูดคุยเรื่องการลงทุนและนำไปสู่การร่วมลงทุนทำธุรกิจสปาระหว่างกันโดยมีธนาคารเป็นผู้ให้คำแนะนำหาแนวทางนำไปสู่การได้มาซึ่งเงินลงทุนจากธนาคารในลำดับต่อไป นโยบายที่กล่าวมานี้ธนาคารสนับสนุนให้กับนักลงทุนที่สนใจทั้งเป็นนักลงทุนภายในและต่างประเทศ



3. แนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สำหรับนักลงทุนที่ต้องการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ การเลือกสถานที่ที่เป็นสิ่งที่น่าสนใจที่สุดโดยต้องเลือกทำเลที่เหมาะสมในการเปิดธุรกิจสปา เช่น ใกล้บริเวณท่องเที่ยว ใกล้เขตธุรกิจกลางใจเมือง เป็นต้น เพราะสถานที่ดังที่กล่าวมาจะทำให้มีนักท่องเที่ยวหรือคนผ่านเป็นจำนวนมากทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะพบเห็นร้านสปาได้ง่ายมากขึ้นอีกยังต้องมีการตกแต่งหน้าร้านรวมถึงบรรยากาศภายในร้านให้มีความเป็นลาวผสมผสานกับความเป็นไทยและใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัตถุดิบพื้นเมืองและนำเข้าจากประเทศไทยด้วยเพราะกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนชาวลาวหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวขึ้นชอบความเป็นไทยให้ความเชื่อถือและวางใจในสินค้าจากประเทศไทยแต่ก็ต้องมีกลิ่นอายความเป็นลาวอยู่ด้วยเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

อภิปรายผล

การลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สภาพทั่วไปของการทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์มีการดำเนินธุรกิจสปาจำนวน 2 ประเภท คือ 1) Day spa คือ คือ สปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้ โปรแกรมการบริการค่อนข้างหลากหลาย ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้นๆ และเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) Hotel & resort spa สปาที่ตั้งอยู่ภายใน หรือในบริเวณเดียวกันกับ โรงแรมหรือรีสอร์ท

สอดคล้องกับแนวคิดของ The International Spa Association (ISPA) กล่าวว่า ประเภทของสปา มี Day spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ เช่น ที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือตามสนามบิน โปรแกรมการบริการค่อนข้างหลากหลาย ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้นๆ จากการสำรวจพบว่า เป็นสปาที่เปิดให้บริการมากที่สุด และ Hotel & resort spa คือ สปาที่ตั้งอยู่ภายใน หรือในบริเวณเดียวกันกับ โรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีสถานที่ออกกำลังกาย อาหาร โปรแกรมบริการมักประกอบด้วย การนวดแบบ ต่าง ๆ เพื่อผ่อนคลายสำหรับผู้คนที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศและ

หลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน มักจะมีขนาดใหญ่กว่าเมื่อเทียบกับ Day spa ทั่วไป

ปัญหาของการลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ ปัญหาการขาดแคลนพนักงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการนวดสปา ส่งผลให้มีผลกระทบด้านอัตราค่าจ้างที่สูงขึ้นเพราะเกิดการแข่งขันเรื่องค่าแรงจากผู้ประกอบการที่ต้องการพนักงานที่มีฝีมือก็จะมีค่าจ้างที่สูงกว่าที่แรงงานเคยได้ทำให้พนักงานเข้า ออก อยู่เป็นประจำและเกิดการไม่ต่อเนื่องในการให้บริการลูกค้า ปัจจุบันมีการแข่งขันด้านการตลาดเพิ่มขึ้น เพราะลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้นเปรียบเทียบและหาสิ่งที่คุ้มค่าที่สุดให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนต้องนำการตลาดเพื่อมาช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ร้านและการบริการมากยิ่งขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิมพัทธ์รา ไตรศรีบรรเจิด (2551) เรื่อง การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สปาของผู้ใช้บริการร้านสปาและ สปา กล่าวว่า ผู้ใช้บริการสปา ร้าน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่าบุคลากรที่ให้บริการมีการเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้าใช้บริการ ดังนั้น จึงมีความกระตือรือร้นในการทำงานทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ร้านสปา อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ The International Spa Association (ISPA) กล่าวว่า การกำหนดภาระหน้าที่ของบุคลากรมีความสำคัญมากในการจัดการบริการ ให้เกิดความสงบเรียบร้อยในการบริการ และมีประสิทธิภาพในการวัดผลการทำงาน การว่าจ้างการให้ผลตอบแทนและความสามารถในการวางแผนพัฒนาสายอาชีพให้แก่พนักงานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

แนวทางลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ การหาสถานที่ที่จะเปิดธุรกิจสปาให้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและย่านธุรกิจที่สำคัญใจกลางเมืองเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจสปาอีกทั้งต้องมีการตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายในร้านให้สวยงามโดย

ตกแต่งผสมผสานระหว่างความเป็นลาวและไทยเข้าด้วยกัน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น ผลผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้านหรือมีไว้เพื่อขายภายในร้านจะต้องมีผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัตถุดิบในลาวด้วยเพื่อเพิ่มยอดขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของความเป็นลาวได้เลือกซื้อซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจสปา นั่นได้อีกด้วย และที่สำคัญคือพนักงานของธุรกิจสปา ต้องเป็นคนสัญชาติลาวเพราะมีค่าแรงที่ต่ำ

ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา (2557) กล่าวว่า การลงทุนระหว่างประเทศเป็นการที่รัฐบาลหรือเอกชนของประเทศหนึ่งนำเงินไปลงทุนเพื่อแสวงหาประโยชน์ในอีกประเทศหนึ่ง โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การลงทุนโดยตรง และการลงทุนโดยอ้อม โดยการลงทุนระหว่างประเทศมีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศปัจจัยที่ดึงดูดให้ผู้ลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนในอีกประเทศหนึ่ง ประกอบด้วยปัจจัยที่เกิดจากประเทศผู้ลงทุน เช่น ความต้องการในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบและแรงงานความต้องการในการใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าและการลงทุนของประเทศผู้รับการลงทุน ความต้องการกระจายความเสี่ยงในการทำธุรกิจภายในประเทศของตน และความต้องการในการได้รับค่านิยมหรือสิทธิพิเศษในการทำธุรกิจ ขณะที่ปัจจัยที่เกิดจากประเทศผู้รับการลงทุน เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบในประเทศผู้รับการลงทุนมีแรงงานที่มีระดับค่าจ้างแรงงานต่ำจำนวนมากและการที่มีนโยบายสนับสนุนให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน

ข้อเสนอแนะ

สภาพทั่วไปของการลงทุนทำธุรกิจสปาใน

นครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า นักลงทุนที่ลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดำเนินธุรกิจสปาในรูปแบบ Day spa และ Hotel & resort spa ซึ่งทั้งหมดมีเจ้าของกิจการเป็นคนสัญชาติลาว ปัญหาการขาดแคลนพนักงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการนวดสปาเป็นปัญหาที่นักลงทุนทำธุรกิจสปาในนครหลวงเวียงจันทน์พบส่วนเป็นมาก ดังนั้นนักลงทุนทำธุรกิจสปาจึงต้องจัดการฝึกสอนหรือฝึกอบรมพนักงานนวดสปาเพื่อให้พนักงานได้มีทักษะการนวดอย่างสม่ำเสมอและให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับทักษะความรู้ความสามารถเพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงาน อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งร้านสปา โดยให้อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งเศรษฐกิจสำคัญในนครหลวงเวียงจันทน์เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นส่วนมากอีกทั้งยังส่งผลดีต่อนักลงทุนทำธุรกิจสปาที่ต้องการขอสินเชื่อเพื่อการลงทุนจากธนาคารเนื่องจากธนาคารในนครหลวงเวียงจันทน์จะพิจารณาสถานที่ตั้งร้านประกอบการอนุมัติสินเชื่อโดยจะให้ความสำคัญและจะพิจารณาพิเศษให้กับนักลงทุนที่มีสถานที่ตั้งร้านที่อยู่ใกล้หรืออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเศรษฐกิจสำคัญของนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนทำธุรกิจร้านสปาในพื้นที่ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เป็นมาตรฐาน
2. ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนทำธุรกิจร้านสปาเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภาพรวมของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ

บรรณานุกรม

- กฤตยา เข้มเยี่ยม. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการสปาเพื่อสุขภาพ ในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. [2556]. เข้าถึงได้จาก <http://www.dtn.go.th>.
- จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา. (2557). *ประเทศไทยกับการลงทุนระหว่างประเทศ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.stou.ac.th/schoolsweb/sec/UploadedFile/60341-5.pdf>
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2557). *นโยบายการค้าเงินธุรกิจ*. เข้าถึงได้จาก http://www.exim.go.th/th/about_exim/policy.aspx. 2557
- ประเทศลาว*. (2557). เข้าถึงได้จาก th.wikipedia.org/wiki/ประเทศลาว
- พิมพ์ภัทรา ไตรศรีบรรเจิด. (2551). *การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการร้านสปาแลง สปา*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- รัตนา สายคณิต และพุททกาล รัชชธ. (2549). *การส่งเสริมการลงทุน ต่างประเทศ ทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจ ระหว่างประเทศ*. เข้าถึงได้จาก <https://jarupaet.wordpress.com>.
- สปา*. (2557). เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/สปา>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. (2557). เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th>.
- องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศในอาเซียน*. (2557). เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com>.
- อลงกรณ์ ธนศรีรัฐัญญากุล. (2554). *โครงการวิจัยเรื่อง การจัดทำทำที่และแนวทางการดำเนินงานของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้าและสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1968). *Consumer Behavior*. New York.: **ESi, M., Nedelea, A.-M.,(2014)** *Mission of business organiyations and the social-economic entrepreneurship*, 252.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer behavior*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control* (9th ed). New Jersey: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior* (3rd ed.). New Jersey: Printce Hall