

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพสังคมที่มีการแข่งขันสูงอย่างเช่นทุกวันนี้ ส่งผลให้การดำเนินชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันเกิดความเครียดในการทำงานหรือดำเนินธุรกิจเกิดปัญหาความเมื่อยล้า นอกจากนั้นอาการปวดเมื่อยตามร่างกายสามารถเกิดขึ้นได้ง่ายโดยเฉพาะเมื่อมีอายุมากขึ้น สาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น ปวดเมื่อยจากการนั่งทำงาน เคล็ดขัดยอก ความเครียดจากปัญหาเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีอีกหลายปัจจัยที่เป็นปัญหาส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายนั่นก็คือ อาการปวดเมื่อย การเมื่อยล้าจากการทำงาน การนอนดกหมอนการเสื่อมสภาพร่างกายวัยชรา และการบาดเจ็บจากการคลอดบุตร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ธุรกิจนวดแผนไทยเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายเพื่อเป็นการบรรเทาปัญหาสุขภาพและคลายความเครียด ซึ่งการรักษาอาการปวดเมื่อยร่างกายเหล่านี้โดยทั่วไปนอกจากการพบแพทย์แผนปัจจุบันแล้ว หลายคนยังนิยมบำบัดด้วยการแพทย์แผนโบราณประกอบด้วยการใช้บริการนวดเพื่อบรรเทาอาการเจ็บปวดหรือผ่อนคลายร่างกายให้หายจากความเมื่อยล้าและความเครียดจนกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการนวด มีการบันทึกสถิติลงกินเนสบุ๊กว่ามีการนวดพร้อมกันมากที่สุดในโลกถึง 641 คู่มือใช้เวลา 12 นาที (คมชัดลึก, 2555)

แพทย์แผนโบราณ หรืออาจเรียกอีกอย่างว่า “แพทย์ทางเลือก” มีประวัติความเป็นมาคู่กับประเทศไทยมาแต่โบราณ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการนวดที่เก่าแก่ที่สุดคือ ศิลาดจารึกสมัยสุโขทัยที่ขุดพบที่ปามะม่วงตรงกับสมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราชจารึกเป็นรูปการรักษาโดยการนวด เมื่อถึงยุคสมัยกรุงศรีอยุธยาหรือยุคราชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช การแพทย์แผนไทยเจริญรุ่งเรืองมากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนวดไทยปรากฏในทำเนียบศักดินาข้าราชการฝ่ายทหารและพลเรือน กรมแพทย์และกรมหมอนนวดนั้นถือได้ว่าเป็นกรมใหญ่ซึ่งต้องรับใช้เบื้องพระยุคลบาทอย่างใกล้ชิด ตามทำเนียบศักดินาข้าราชการฝ่ายทหารและพลเรือน (โรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพนฯ, 2558)

ต่อมาในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ การแพทย์แผนไทยได้สืบทอดรูปแบบต่อจากสมัยอยุธยา แต่เอกสารและวิชาการความรู้บางส่วนได้สาบสูญไป เนื่องจากภาวะสงคราม ทั้งแพทย์แผนไทยถูกจับไปเป็นเชลยอีกส่วนหนึ่งด้วย แต่อย่างไรก็ตาม หมอกลางบ้าน และหมอพระที่อยู่

ตามหัวเมือง ยังมีอีกเป็นจำนวนมาก จึงง่ายต่อการระดม ในชั้นหลังพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงโปรดให้ปั้นรูปฤาษีคัณฑ์ ซึ่งเป็นรูปหล่อด้วยสังกะสีผสมดินบุก เพิ่มเติมจนครบ 80 ท่า และจารึกสรรพวิชาการนวดไทย ลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพ แสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียด ประดับบนผนังศาลาราย และบนเสาศาสนในวัดโพธิ์ (สถาบันการแพทย์แผนไทย, 2542)

ครั้นต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พระยาบำเรอราชแพทย ซึ่งเป็นแพทย์ประจำราชสำนัก เป็นแม่กองจัดทำจารึกแพทย์แผนโบราณลงไว้บนหินชนวนใส่กรอบประดับไว้ที่เสาศระระเบียงรอบพระมหาเจดีย์และตามศาลาราย ตลอดจนหล่อรูปฤาษีคัณฑ์ไว้ที่วัดเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (สถาบันการแพทย์แผนไทย, 2542) หรือที่รู้จักกันในนาม “วัดโพธิ์” ชื่อเดิมคือวัดโพธาราม เป็นวัดเก่าที่สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้ศึกษาและนำไปใช้ยามเจ็บป่วย วัดโพธิ์จึงเปรียบเสมือนกับเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศไทย ครั้นในปี 2399 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้แพทย์หลวงตรวจชำระแปลตำราแพทย์จากภาษาบาลี สันสกฤต เป็นภาษาไทยจัดเป็นหมวดหมู่ และทำรูปเล่มเรียกว่า ตำราแพทย์ศาสตร์สงเคราะห์ (ฉบับหลวง) ซึ่งมีภาควิชาหัตถศาสตร์ เรียก ตำราแบบนวดฉบับหลวง ไว้อีกฉบับหนึ่งด้วย เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2505 ได้มีคณะแพทย์แผนโบราณ ขออนุมัติจากกระทรวงสาธารณสุขตั้งโรงเรียนสมาคมแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพน (วัดโพธิ์) เปิดสอนการแพทย์แผนโบราณและการนวดแผนโบราณจนถึงปัจจุบัน ในปัจจุบันชื่อ “โรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพนฯ (วัดโพธิ์)” เปิดทำการสอนอยู่ที่ ศาลารายด้านทิศตะวันออก 2 หลัง การนวดแผนโบราณที่ปฏิบัติกันอยู่ทุกวันนี้มี 2 วิธี คือ การนวดตามแบบท่าฤาษีคัณฑ์ และการนวดประคบด้วยสมุนไพร อาจกล่าวได้ว่า การนวดแผนไทยเป็นการให้บริการตามภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มาจากวัฒนธรรมความรู้ ปรัชญาของแต่ละท้องถิ่นจนกลายเป็นที่นิยมของคน เพราะกระแสนิยมต่อการดูแลสุขภาพสุขภาพของคนไทยที่มีความใส่ใจต่อสุขภาพมีมากขึ้นและได้เล็งเห็นถึงการบรรเทาความเครียดหรืออาการเจ็บปวดที่ไม่ต้องพึ่งยา แต่ใช้วิถีธรรมชาติบำบัดและอบประคบด้วยสมุนไพร (โสมนัสโสสมนัส, 2549, น. 121) หลายคนจึงนิยมไปใช้บริการนวดเพื่อบรรเทาอาการเจ็บป่วยหรือผ่อนคลายจากความเมื่อยล้า ก่อปรกัับรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมสุขภาพ และผลักดันให้ฟื้นฟูภูมิปัญญาพื้นบ้าน แพทย์แผนไทย ทำให้การนวดแผนไทยเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับของประชาชน ในการเป็นการรักษาแพทย์ทางเลือกให้ความสนใจกับสุขภาพตามแนวธรรมชาติอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย (มานพ ประภาษานนท์, 2543, น. 3) ภาพรวมของการให้บริการด้านแพทย์ทางเลือก นวดแผนไทย มีมูลค่าการตลาดประมาณ 20,000 ล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมากในอนาคต

อันใกล้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) ซึ่งเป็นการเติบโตพร้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ด้วยการรณรงค์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมสุขภาพ ทำให้การนวดแผนโบราณซึ่งเป็นวิธีหนึ่งของการส่งเสริมสุขภาพเป็นที่ยอมรับและชื่นชอบสำหรับบุคคลโดยทั่วไปอย่างรวดเร็วและแผ่หลายทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และด้วยเหตุนี้ทำให้การนวดแผนโบราณเป็นธุรกิจผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจและเปิดกิจการร้านค้าเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับผู้ประกอบการนวดแผนโบราณ ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า การบริการนวดแผนไทยสร้างชื่อเสียงและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาใช้บริการนวดแผนไทย ซึ่งมีรายได้จากตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยปี 2555 มีมูลค่าประมาณ 150,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

จากการศึกษาบทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการนวดแผนไทย ภาณิกานต์ คงนันทะ (2553) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร” พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดตัวมากที่สุด เหตุผลในการเข้ารับบริการเพื่อผ่อนคลาย หรือคลายเครียด ช่วงเวลาที่มีใช้บริการ 16.01-18.00 น. และมักใช้บริการนวดแผนไทยตามวันที่สะดวกหรือแล้วแต่โอกาส และจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกในอนาคต รวมทั้งยังมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด การบริการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ ล้วนมีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกด้วย จากงานวิจัยของ วราภรณ์ หมอนสะอาด (2547) เรื่อง “พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน” พบว่า สาเหตุในการใช้บริการนวดแผนไทย คือ เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ และจะเลือกการให้บริการสถานที่ที่เป็นร้านประจำ เพียงร้านเดียว โดยเลือกจากการบริการที่ได้มาตรฐาน หรือต้องได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจมากหลังการให้บริการนวดแผนไทย มักจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทยด้วย และงานวิจัยของ โสมนัสสา โสมนัส (2549) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อน โดยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมีสาเหตุที่มาวัด คือ เพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกและจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการด้วย

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร” โดยคาดว่าจะการศึกษานี้จะสามารถทำให้ได้รับทราบปัจจัยใดบ้างเป็นตัวกำหนดหรือสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดพฤติกรรมการให้บริการนวดแผนไทย รวมทั้งส่วนประสมทางการตลาดในด้านใดบ้างที่จะสามารถทำให้เกิดความต้องการเพิ่มมากขึ้นซึ่งข้อมูลและสาระสำคัญจากผลการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ที่จะสนับสนุนกิจการนวดแผนไทยใช้เป็นแนวทางสำหรับการพิจารณาปรับปรุงกลยุทธ์ การบริหาร และพัฒนาระบบการให้บริการของสถานบริการนวดแผนไทยให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อสนองตอบความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ให้บริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

2.4 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

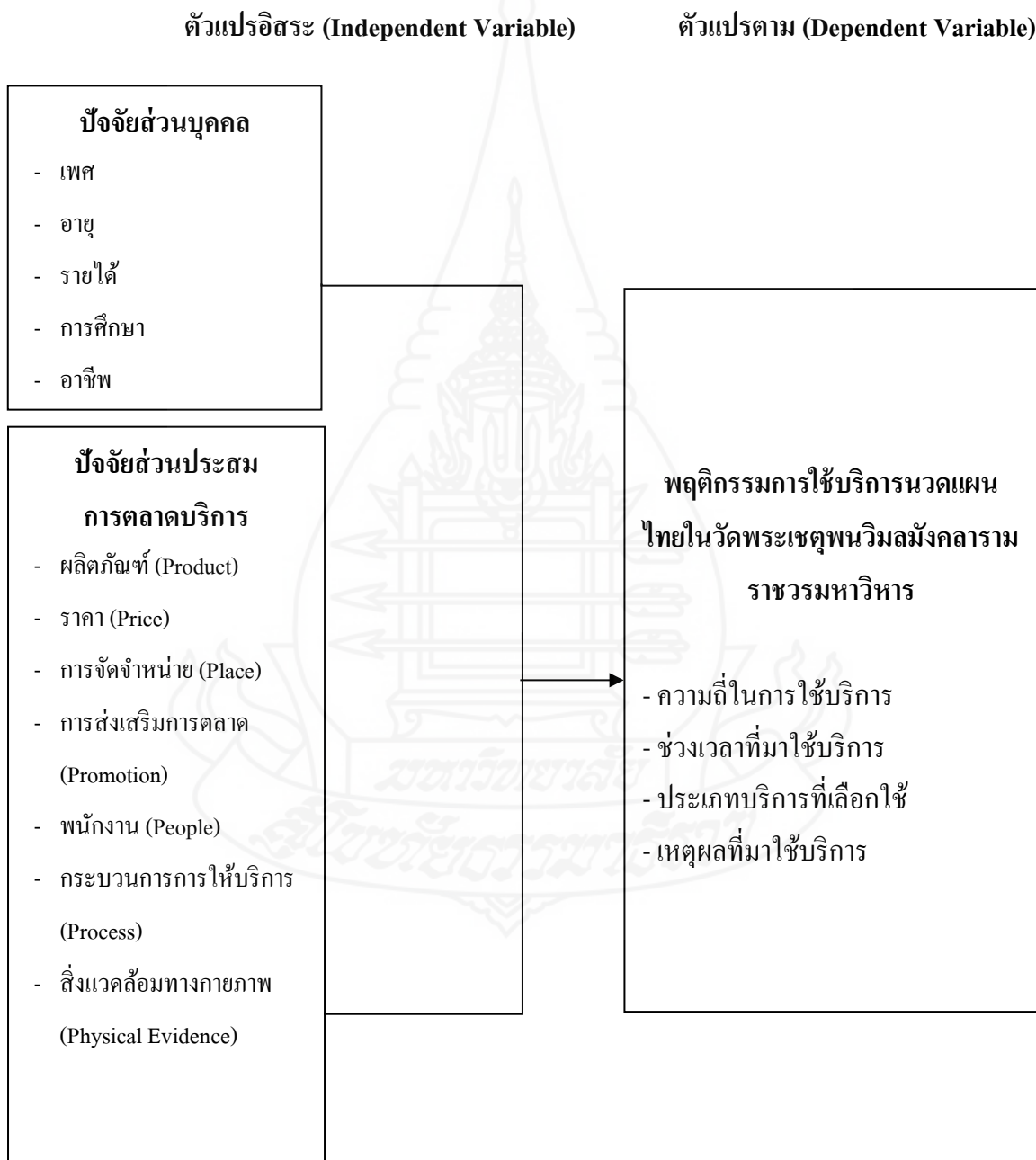
จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร โดยกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

3.1 ตัวแปรอิสระในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ

3.1.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3.2 ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ประเภทบริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่มาใช้บริการ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

5. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

5.2.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1) กลุ่มผู้ให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จำนวน 5 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หลังจากนั้นจัดทำแบบสอบถามจากข้อสรุปการสัมภาษณ์

2) กลุ่มผู้ให้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จำนวน 400 คน เพื่อเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยที่จัดทำขึ้นจากข้อสรุปการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) เฉพาะผู้ใช้ หรือเคยใช้บริการนวดแผนโบราณในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะสอบถามก่อนแจกแบบสอบถาม

5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ประเภทบริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่มาใช้บริการ ซึ่งผู้ศึกษาได้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยเฉพาะ 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ ที่ส่งต่อพฤติกรรมการใช้บริการ

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 – เมษายน 2559 รวมระยะเวลา 6 เดือน

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สถานบริการนวดแผนไทย หมายถึง สถานบริการประเภทหนึ่งที่ตั้งอยู่ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ที่มีพนักงานนวด หรือเรียกกันทั่วไปว่าหมอนวด ไว้คอยบริการลูกค้าในการนวดแผนไทย นวดเท้า นวดประคบสมุนไพร นวดน้ำมันหอมระเหย นวดบำรุงผิวหน้า และนวดน้ำมันไพร

6.2 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย หมายถึง พฤติกรรมนวดแผนโบราณของผู้ใช้บริการในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ประเภทบริการที่เลือกใช้ เหตุผลที่มาใช้บริการ

6.3 ผู้ใช้บริการนวดแผนไทย หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีประสบการณ์การใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

6.4 ผู้ให้บริการนวดแผนไทย หรือ หมอนวด หมายถึง ผู้ทำหน้าที่เพื่อบำบัดความเจ็บป่วย ได้รับความรู้หรือได้สืบทอดความรู้ทางด้านการนวด หรือผ่านการอบรมการนวดไทยจากโรงเรียนเชตุวันแต่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบโรคศิลป์

6.5 การนวดแผนไทย หมายถึง การนวดแผนโบราณที่ใช้กิริยาบีบหรือกด โดยอาศัยนิ้วมือ สอก เป่า เท้า ในการกด การบีบ การคลึง การดึง การคัด การทุบ การสับและการเหยียบไป

ตามส่วนต่างๆ ของร่างกายที่มีอาการปวดเมื่อยเคล็ดขัดยอก รวมทั้งการผ่อนคลายกล้ามเนื้อที่ส่งผลต่อร่างกายและจิตใจประกอบการนวดดังต่อไปนี้

6.5.1 การนวดตัว เป็นการนวดที่ถูกสุขลักษณะตามแบบฉบับของแผนไทยโบราณ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อร่างกายและจิตใจ

6.5.2 การนวดประคบสมุนไพร เป็นการนำเอาสมุนไพรทั้งสดหรือแห้งหลายๆ ชนิด โขลกพอแหลก และคลุกรวมกัน ห่อด้วยผ้าทำเป็นถุงประคบ นึ่งด้วยไอน้ำร้อน และนำไปประคบบริเวณที่ต้องการ

6.5.3 การนวดฝ่าเท้า เป็นการปรับสมดุลร่างกาย เนื่องจากมีจุดสะท้อนของอวัยวะภายใน ร่างกายที่ฝ่าเท้าและเท้า การนวดฝ่าเท้าและเท้าจึงเป็นการช่วยให้ระบบการไหลเวียนไปยังอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายได้ดีขึ้น ส่งผลให้มีการขับถ่ายของเสียออกจากเซลล์ ปรับสภาวะสมดุลของร่างกายทำให้สุขภาพโดยรวมดีขึ้น

6.6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7Ps ประกอบด้วย

6.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การบริการนวดแผนไทยของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ได้แก่ นวดแผนไทย นวดเท้า นวดประคบสมุนไพร นวดน้ำมันหอมระเหย นวดบำรุงผิวหน้า และนวดน้ำมันไพร

6.6.2 ราคา (Price) หมายถึง อัตราค่าบริการการนวดแผนไทยของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

6.6.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ที่ให้บริการนวดแผนไทยของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

6.6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ลูกค้าและผู้ให้บริการ ผู้คนทั่วไปสามารถรับรู้และเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์และบริการของสถานบริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

6.6.5 พนักงาน บุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง พนักงานนวดแผนไทยหรือผู้ให้บริการนวดแผนไทยของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

6.6.6 กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการให้บริการของสถานบริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

6.6.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การตกแต่งห้องและภายในสถานบริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 นำผลการวิจัยในครั้งนี้ ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสถานบริการนวดแผนไทย โดยใช้ผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมในการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร” เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนากระบวนการ หรือ กลยุทธ์ในการนำเสนอที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดประโยชน์สูงสุด

7.2 ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ให้บริการพิจารณาเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดบริการ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานการตลาด

