

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการนวดแผนไทย 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการนวดแผนไทย และ 4) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ และตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแนวทางในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร จำนวน 405 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เก็บข้อมูลด้วยสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน และแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และปริมาณ โดยใช้ค่าทางสถิติแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าทางสถิติ ไคว์สแควร์ และสหสัมพันธ์สเปียร์แมน

1. สรุปการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (exploratory survey) 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) วิจัยเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์ และ 2) วิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พฤติกรรมการใช้บริการในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 2 คน สาเหตุที่มาใช้บริการนวดแผนไทย เพราะปวดเมื่อยตามร่างกาย มาใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง รู้จักนวดแผนไทยจากการแนะนำของเพื่อน ผลการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์เป็นดังนี้

1.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การนวดสปา การนวดน้ำมันหอมระเหย การนวดแผนไทยที่วัดโพธิ์ มีอยู่ 2 ประเภท คือ 1) นวดเพื่อผ่อนคลาย และ 2) นวดเพื่อ

บรรเทาอาการเจ็บป่วย ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่า การนวดแผนไทยของวัดโพธิ์ มีความแตกต่างจากการนวดแผนไทยที่สถานบริการอื่นๆ เพราะเชื่อว่าการนวดแผนไทยที่วัดโพธิ์เป็นการนวดต้นแบบ และฝึกรับรองคนนวดอย่างถูกต้อง และยังได้รับการยอมรับมาตั้งแต่ครั้งโบราณ

1.1.2 ปัจจัยด้านราคา (Price) พบว่า ทางสถานบริการกำหนดค่าบริการหลายระดับราคา ขึ้นอยู่กับประเภทการนวด และระยะเวลาการนวด เช่น นวดตัว ชั่วโมงละ 260 บาท นวดฝ่าเท้า ชั่วโมงละ 380 บาท เหตุผลที่ทำให้เห็นนวดฝ่าเท้ามีราคาสูงกว่า เพราะนวดฝ่าเท้าต้องใช้อุปกรณ์การนวดและเครื่องประกอบอื่น ๆ ทางสถานบริการได้แสดงราคาไว้ที่เคาน์เตอร์ ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นว่า ราคาที่ทางสถานบริการนวดแผนไทยที่วัดโพธิ์คิดนั้นเป็นราคาที่สมเหตุสมผล เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการนวดกับราคาที่จ่าย

1.1.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า มีอยู่ 2 ลักษณะ คือ 1) เป็นโรงเรียนตั้งอยู่นอกเขตวัดฯ และ 2) สถานบริการที่ตั้งอยู่ในวัดฯ ซึ่งทั้งสองแห่งมีลักษณะการดำเนินงานเหมือนกัน นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการนวดนอกสถานที่โดยการออกนุจรตามสถานที่ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการให้แก่ลูกค้า

1.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่า มีการดำเนินการส่งเสริมการขายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ไม่มีการจัดทำโฆษณาในสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ และการส่งเสริมการขาย สำหรับในส่วนที่ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดทางหนึ่ง คือ การออกนุจร

1.1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (People) พบว่า แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) พนักงานต้อนรับ ซึ่งการบริการได้มาตรฐาน สามารถตอบสนองลูกค้าได้ดี และเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ และ 2) หมอนวดแผนไทย ข้อที่ไม่ควรกระทำของหมอนวดในระหว่างการให้บริการคือไม่ควรพูดคุยสนทนากันไม่ว่าจะด้วยภาษากลาง ภาษาท้องถิ่นหรือ ภาษาใด ๆ ก็ตาม เพราะผู้มาใช้บริการต้องการความสงบ ผ่อนคลาย พักผ่อน

1.1.6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่า เริ่มตั้งแต่เดินเข้ามาในบริเวณสถานประกอบการ จวบจนเสร็จสิ้นการนวด ทางสถานบริการมีการวางระบบและออกแบบกระบวนการให้บริการเป็นอย่างดี กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาติดต่อเพื่อขอรับบริการ เจ้าหน้าที่ต้อนรับจะจัดคิวการบริการ ระหว่างนั่งรอ จะนำน้ำดื่มสมุนไพรมาบริการ เมื่อถึงคิวของ ผู้ใช้บริการ บุคลากรที่เป็นพนักงานนวดจะนำรองเท้าแตะ และเสื้อผ้ามาให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนพร้อมนำขึ้นไปยังห้องบริการการนวด และเมื่อผู้ใช้บริการนวดเสร็จ พนักงานนวดก็จะนำรองเท้ามาให้เปลี่ยนคืน พร้อมกับ นำน้ำดื่มสมุนไพรมาบริการอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งเป็นที่น่าพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับ การนวดแผนไทยกับสถานบริการแห่งอื่น

1.1.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) พบว่า มีส่วนต้อนรับผู้ให้บริการ ประกอบด้วย ที่นั่งคอยการรับบริการ เคนเตอร์ติดต่อสอบถาม และการนัดคิวตลอดจนเรื่องอื่นๆ มีการเปิดเครื่องปรับอากาศให้ความรู้สึกที่เย็นสบายให้กับผู้รับบริการ ด้านอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการบริการ เช่น เสื้อ กางเกง ผ้า สำหรับเปลี่ยน หรือ ผ้าปูที่นอน ปอกหมอน มีความสะอาด และเปลี่ยนใหม่ในการนัดทุกครั้ง บรรยากาศภายใน มีการเปิดเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศความผ่อนคลายให้กับผู้ให้บริการ มีความรู้สึกที่ดีกว่าไม่เปิดเพลง ในกรณีที่นำรถยนต์ส่วนตัวมาใช้บริการจะหาที่จอดรถค่อนข้างลำบาก เพราะทางวัดมีที่จอดรถจำนวนจำกัด และมีผู้ใช้จำนวนมาก ส่งผลให้การหาที่จอดรถไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร สิ่งที่ต้องปรับปรุงด้านกายภาพพบว่า การให้ผู้ให้บริการถอดรองเท้าไว้ด้านหน้า ถือว่าเป็นสิ่งที่ไม่สวยงาม มองแล้วไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและบางครั้งอาจมีการผิดพลาดในการในรองเท้าที่ไม่ใช่ของตนเองไป

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

1.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 ส่วนใหญ่สมรส จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีอาชีพบุคลากรบริษัทเอกชน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.85 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ส่วนใหญ่รู้จักวัดโพธิ์จากเพื่อนแนะนำ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมารู้จักจากรายการโทรทัศน์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 น้อยที่สุด อื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

1.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 เพื่อผ่อนคลายช่วยให้สบายตัว คลายปวดเมื่อยและอารมณ์ดีขึ้น จำนวน 175 คนคิดเป็นร้อยละ 43.8 เคยใช้บริการมาแล้ว 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ซึ่งใช้บริการมานานน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 42.0 โดยใช้บริการน้อยกว่า 1 เดือนต่อครั้ง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการใช้บริการได้แก่ 14.31-17.00 น. จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 มาใช้บริการวันเสาร์ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 โดยมากับเพื่อน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ใช้บริการครั้งละ 2 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในแต่ละครั้ง 300-600 บาท จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 ส่วนใหญ่ไม่ระบุพนักงานนวดที่จะให้บริการ จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 การนวดที่ให้บริการ

มากที่สุดได้แก่ นวดแผนไทย จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 เมื่อสอบถามด้านความคิดเห็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยที่วัดโพธิ์ในระดับมากที่สุด

1.2.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด อันดับ 1 คือ โปรแกรมการนวดหลากหลายประเภทให้เลือก มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก อันดับ 1 คือ ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการบริการ มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก อันดับ 1 คือ ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง มีผลต่อการใช้บริการ ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก อันดับ 1 คือ มีบุคลากรประชาสัมพันธ์คอยให้คำปรึกษาแนะนำ มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานนวด) ส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก อันดับ 1 คือ มีบุคลากรมีประสบการณ์ มีความชำนาญและความรู้ในการนวดมีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก อันดับ 1 คือ ขนาดของเตียงนวดมีขนาดที่เหมาะสมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก อันดับ 1 คือ บริการมีขั้นตอนการนวดที่ถูกวิธีตามหลักวิชาการ มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด

1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ด้านความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการนวดแต่ละครั้ง และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ
นวดแผนไทย

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย		
	ความถี่ใน การใช้บริการ	ระยะเวลาที่ ใช้บริการ	ค่าใช้จ่ายใน การใช้บริการ
เพศ	-	-	-
อายุ	✓	✓	-
รายได้	-	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✓

✓ = เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ประกอบด้วย 1) ความถี่ในการใช้บริการ 2) ระยะเวลาในการใช้บริการ และ 3) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ตารางที่ 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย		
	ความถี่ในการใช้บริการ	ระยะเวลาที่ใช้บริการ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
ด้านผลิตภัณฑ์	✓	-	-
ด้านราคา	✓	-	-
ด้านการจัดจำหน่าย	✓	✓	✓
ด้านการส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓
ด้านบุคลากร (พนักงานนวด)	-	✓	-
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	-	✓	✓
ด้านกระบวนการ	✓	✓ -	

✓ = เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ความถี่ในการใช้บริการ 2) ระยะเวลาในการใช้บริการ และ 3) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์พฤติกรรมใช้บริการด้านระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์พฤติกรรมใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ และระยะเวลาในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีความสัมพันธ์พฤติกรรมใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานนวด) มีความสัมพันธ์พฤติกรรมใช้บริการด้านระยะเวลาในการใช้บริการ

2. อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยใน วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถ อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ที่มารับบริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย และช่วงอายุที่ใกล้เคียงกันมาก อยู่ระหว่าง 36-55 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันคน ส่วนมากให้ความสนใจและเอาใจใส่เรื่องการรักษาดูแลสุขภาพตนเองเป็นอย่างมาก เพราะมีผลต่อการ ดำรงชีวิตในปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพศหญิงจะมีการเอาใจใส่ในการรักษาดูแลสุขภาพและรัก ความสวยงาม จึงนิยมหันมาใช้บริการนวดแผนไทยแทนการใช้ยาแผนปัจจุบัน เมื่อรู้สึกปวดเมื่อย ตามร่างกาย หรือ เมื่อรู้สึกต้องการผ่านคลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของอาภรณ์ ปัตเตเวส (2557) และ ทศพล คนคิด (2556) ที่สรุปไว้เช่นเดียวกันว่า ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเพศหญิง โดยช่วง อายุรวมได้อยู่ระหว่าง 21-49 ปี ส่วนทางด้านอาชีพที่เข้ามาใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน บริษัทเอกชนจะมีความคล้ายกันในงานวิจัยของทศพล คนคิด (2556) ที่ส่วนใหญ่เป็นอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน เหมือนกัน จากผลการวิเคราะห์เนื่องจากลักษณะของชุมชนเมืองใหญ่ที่คล้ายกัน คือ กรุงเทพฯ และจังหวัดขอนแก่น

2.2 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่นัดหมายมาใช้บริการ เพื่อผ่อนคลาย และคลายปวดเมื่อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นวัยคนทำงานซึ่ง ต้องการความผ่อนคลาย อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการในการแก้ไขอาการปวดเมื่อยที่ เกิดขึ้นจากความเหนื่อยล้าในการทำงาน และมีความเชื่อว่าการนวดแผนไทยสามารถช่วยคนได้ โดยประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา แสงสุริจันทรกุล (2557) และอาภรณ์ ปัตเตเวส (2557) ซึ่งพบว่า คนส่วนใหญ่มานวดเพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน สำหรับงานวิจัยของทศพล คนคิด (2556) คนส่วนใหญ่มานวดเพื่อรักษาอาการปวดเมื่อย ส่วนทางด้านเวลาที่มาใช้บริการนั้น ผลการวิจัยของผู้วิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการ เป็นเวลา 14:00 – 17:00 น. ซึ่งแตกต่างจาก งานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษามา เพราะงานวิจัยส่วนใหญ่ เช่น ภัทรา แสงสุริจันทรกุล (2557) อาภรณ์ ปัตเตเวส (2557) เกวลิน สุทนต์ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการจะอยู่ที่เวลา 18:00- 20:00 น. ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สถานบริการนวดแผนไทยส่วนหนึ่งตั้งอยู่ในวัดพระเชตุพนวิมลมัง คลารามราชวรมหาวิหาร ทำให้ไม่สะดวกในการให้บริการหลังเวลา 18.00 น.

2.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ผู้วิจัยขออภิปราย เป็นรายด้าน ดังนี้

2.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและให้ความคิดเห็นว่าวัดโพธิ์มีโปรแกรมการนวดที่หลากหลาย อีกทั้งภาพพจน์และชื่อเสียงของการนวดวัดโพธิ์เป็นที่ยอมรับ และได้รับการรับรองมาตรฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่วัดโพธิ์นั้นเป็นบุคคลที่ใส่ใจในเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการ อีกทั้งสถานบริการนวดแผนไทยที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม มีโปรแกรมการนวดที่หลากหลายไว้ให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้ ย่อมส่งผลให้ธุรกิจนวดแผนไทยเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของจักรกฤษณ์ เหลืองถาวรพจน์ และ สิงหา บอระเพชร (2551) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปา ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก คือ ด้านความหลากหลายของการให้บริการ เช่น มีบริการนวดเท้า นวดตัว นวดประคบสมุนไพร อบตัวด้วยสมุนไพร เป็นต้น

2.3.2 ปัจจัยด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก และมีข้อเดียวที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคุ้มค่าที่ได้รับจากการบริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สิ่งที่ผู้ใช้บริการได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่จ่ายนั้นเหมาะสมและมีความคุ้มค่ากับบริการแต่ละประเภทที่ได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของจักรกฤษณ์ เหลืองถาวรพจน์ และ สิงหา บอระเพชร (2551) และงานวิจัยของนัฐดี แดงอินทร์ (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก กล่าวคือ ราคามีความเหมาะสมกับบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา กิตินาม (2551) พบว่า ราคานั้นมีผลต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง ดังนั้น หากสถานบริการนวดแผนไทย สามารถตั้งราคาให้เหมาะสมกับบริการที่ผู้ใช้บริการจะได้รับ จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้บริการมาใช้บริการได้อย่างต่อเนื่องทางหนึ่ง

2.3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ในทุกข้อ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง มีสาขาให้บริการกระจายอยู่ตามสถานที่ต่างๆ และมีการให้บริการนอกสถานที่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการต้องการได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมารับการบริการนวดแผนไทย ซึ่งถือว่าเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการได้ทางหนึ่ง หากมีสาขาการบริการกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ เมื่อสินค้าหรือบริการมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับแล้ว การให้บริการเป็นสิ่งเสริมหรือสิ่งกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรกฤษณ์ เหลืองถาวรพจน์ และ สิงหา บอระเพชร (2551) พบว่า ด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก คือ ความสะดวกในการไปใช้บริการ เช่น การเดินทาง สถานที่ตั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา กิตินาม (2551) พบว่า ด้านสถานที่และท่าเล ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่หาพบได้ง่าย จอดรถสะดวก

2.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก เช่น มีบุคลากรประชาสัมพันธ์คอยให้คำปรึกษาแนะนำ มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ การส่งเสริมการตลาดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 1 ใน 4 ของส่วนประสมการตลาดที่เรียกว่า 4Ps พนักงานประชาสัมพันธ์สามารถให้ข้อมูลด้านการนำลักษณะต่างๆ พร้อมทั้งราคาให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบและสามารถตัดสินใจใช้บริการตามความต้องการของตน อาจกล่าวได้ว่าเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา กิตินาม (2551) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น แพ็กเกจส่วนลด ในโอกาสพิเศษ มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรทิพย์ จันทร์แจ้ง (2552) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพราะคุณภาพของการนวด มากกว่าการส่งเสริมการตลาด ลดแลกแจกแถม

2.3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานนวด) ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ส่วนมีบุคลากรมีประสิทธิภาพ มีความชำนาญและความรู้ในการนวด มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากร (พนักงานนวด) หรือ หมอนวดของวัดโพธิ์ได้รับการถ่ายทอดวิธีการนวดแผนไทยจาก โรงเรียนสอนการนวดแผนไทยวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นแบบแผนการนวดที่เป็นที่ยอมรับของคนไทยและชาวต่างชาติ ว่ามีประสิทธิภาพ และสามารถช่วยผ่อนคลาย และรักษาบรรเทาอาการปวดเมื่อยได้ และหมอนวดแผนไทยที่วัดโพธิ์นั้นเป็นผู้มีศาสตร์และศิลป์ในการนวดอย่างเชี่ยวชาญในการนวดเป็นอย่างดี ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของภาวศล นวพรพงษ์ (2552) พบว่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการนวดแผนไทยของวัดโพธิ์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อมองเข้าไปในรายด้านคือ ด้านของบุคลากร กลับมีความพึงพอใจในระดับน้อย เมื่อผู้วิจัยได้มาวิเคราะห์หาค่าก่อนนั้น อาจจะเป็นช่วงเวลา ซึ่งงานวิจัยของภาวศล นวพรพงษ์ เป็นงานวิจัยในช่วง ปี 2552 ซึ่งก็ย่อมมีความแตกต่างกันในช่วงปีที่คุณวิจัยได้วิจัยนั่นเอง และการพัฒนาของบุคลากรของวัดโพธิ์ก็ย่อมมีการพัฒนาที่มากขึ้นด้วยเช่นกัน

2.3.6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก เช่น ขนาดของเตียงนวดมีขนาดที่เหมาะสม บริเวณที่นั่งคอยและส่วนต้อนรับสะอาด สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย อุณหภูมิของสถานที่บริการ เหมาะสม ไม่ร้อนเกินไปหรือ เย็นเกินไป สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การตกแต่งสถานบริการให้สะอาดสบาย และสร้างบรรยากาศที่ดี มีวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพไว้คอยให้บริการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของนัฐดี แดงอินทร์ (2555) พบว่า หากสถาน

บริการนวดแผนไทยมีห้องที่ใช้ในการเปลี่ยนชุดชุดสะอาดและปลอดภัย มีแสงสว่างในสถานบริการ มีความสว่างที่เพียงพอ จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับมาก

2.3.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ ผลการวิจัยพบว่าพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก เช่น บริการมีขั้นตอนการนวดที่ถูกวิธีตามหลักวิชาการ มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะ การให้บริการนั้นจำเป็นต้องถูกต้องแม่นยำตามหลักเกณฑ์ที่ได้วางไว้ นับตั้งแต่ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการจนเสร็จสิ้น สิ่งเหล่านี้ย่อมมีความสำคัญต่อธุรกิจนวดแผนไทยเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา แสงสุรจันทรกุล (2557) ทศพล คนคิด (2556) และ นัฐวดี แดงอินทร์ (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นว่า กระบวนการให้บริการ นั้นส่งผลต่อการใช้บริการในระดับมาก

2.4 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ และตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps จากการศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ทั้ง 3 ด้าน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ใช้บริการนวดแผนไทยที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้บริการนวดแผนไทย ทั้งด้านความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เพศหญิงและเพศชาย มีพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ไม่แตกต่างกัน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอาภรณ์ ปัตะเวส (2557) ภัทรา แสงสุรจันทรกุล (2557) ทศพล คนคิด (2556) และนัฐวดี แดงอินทร์ (2555) ที่พบว่า การนวดแผนไทยของเพศหญิงนั้นมีความถี่ ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายมากกว่าเพศชาย ที่เป็นอย่างนี้เพราะ การนวดแผนไทยที่อื่น ๆ นั้นแตกต่างจากการนวดแผนไทยที่วัดพระเชตุพนฯ จึงทำให้เพศของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการ และระยะเวลาที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการเป็นวัยคนทำงานซึ่งต้องการความผ่อนคลาย อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการในการแก้ไขอาการปวดเมื่อยที่เกิดขึ้นจากความเหนื่อยล้าในการทำงาน และมีความเชื่อว่าการนวดแผนไทยสามารถช่วยคนได้โดยประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา แสงสุรจันทรกุล (2557) และ

อาภรณ์ ปัตเตเวสียง (2557) ซึ่งพบว่า คนส่วนใหญ่มาขอเพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน สำหรับงานวิจัยของทศพล คนคิด (2556) คนส่วนใหญ่มาขอเพื่อรักษาอาการปวดเมื่อย

รายได้มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการที่รายได้มากก็สามารถใช้จ่ายสำหรับการนวดแผนไทยได้นานกว่า และมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อย แต่ข้อสังเกตที่สำคัญจะเห็นได้ว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการนวด

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ อาชีพบางอาชีพก่อให้เกิดความเมื่อยล้า หรือความปวดเมื่อยจากการทำงานจึงใช้บริการนวดแผนไทยบ่อยครั้ง และใช้ระยะเวลานาน ตลอดจนเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการมากกว่าตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวศล นวพรพงษ์ (2552) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการนวดแผนโบราณ ในวัดโพธิ์ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ 7Ps พบว่า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ความถี่ในการใช้บริการ 2) ระยะในการใช้บริการ และ 3) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความสะดวกสบายที่สามารถ ใช้บริการได้ง่าย เพราะมีสาขากระจายอยู่ทั่วไป หรือ มีการบริการนอกสถานที่ หรือ การจัดส่งเสริมการตลาดไม่ จะเป็นการสะสมคะแนน การแจกของที่ระลึก การให้พนักงานคอยให้คำปรึกษาแนะนำการนวด จะทำให้ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทั้ง 3 ด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของกรทิพย์ จันทรแจ้ง (2552) พบว่า การจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการเลือกร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ คอทเลอร์ (Kotler, 1977, P.172) ที่กล่าวว่า การจัดจำหน่าย (Distribution or Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ และการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงาน การลดแลกแจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป ถือเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อเช่นกัน

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ หากผู้ประกอบการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ให้มีความรู้สึกรอบอุ่มสะดวกสบาย พร้อมทั้งจะให้บริการอยู่ตลอดเวลา เมื่อผู้ใช้บริการมาใช้บริการก็จะ

ผลิตผลิตและส่งผลให้ระยะเวลาในการใช้บริการในแต่ละครั้งนานขึ้น และยอมที่จะจ่ายค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่นานขึ้นนั้น แต่จะไม่ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจะใช้บริการบ่อยครั้งนั้นขึ้นอยู่กับอาการเมื่ออย่าเจ็บปวดจากการทำงาน เพื่อรักษาอาการดังกล่าวมากกว่า หากผู้ใช้บริการยังไม่มีอาการก็ยังไม่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาดา กิตินาม (2551) ด้านสถานที่และทำเล ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือสถานที่หาพบได้ง่าย จอดรถสะดวก ตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ทันสมัย จำนวนสาขาที่ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น.142) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (customer behavior and physical evidence) การจัดการกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นองค์ประกอบของการบริการที่เป็นรูปธรรมและสามารถจับต้องได้ เช่น การตกแต่งสถานที่ ชุดเครื่องแบบพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และไม่ขัดกับสิ่งแวดล้อมขององค์กร

ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ และระยะเวลาในการใช้บริการ ทั้งนี้เป็นเพราะ เมื่อกระบวนการบริการเป็นที่ยอมรับได้มาตรฐาน จะมาใช้เมื่อไรก็ได้รับการบริการคงเส้นคงวา จะส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการและระยะเวลาในการใช้บริการในแต่ละครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler, 2003), ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 434) กล่าวว่า ธุรกิจบริการนั้นจำเป็นต้องมีการวางระบบและออกแบบกระบวนการให้บริการเป็นอย่างดี มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากที่สุด กระบวนการของการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรทิพย์ จันทร์แจ้ง (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพในจังหวัดนนทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ หากมีผลิตภัณฑ์การนวดที่หลากหลายเหมาะสมต่ออาการเจ็บปวด หรือการผ่อนคลายของผู้ใช้บริการ ประกอบกับราคาที่เหมาะสมแล้ว อาจทำให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการบ่อยครั้งมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ คอทเลอร์ (Kotler, 1977, P.172) ที่กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม และการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากลูกค้าเป้าหมาย ทั้งสองสิ่งนี้เป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จักรกฤษณ์ เหลืองถาวรพจน์ และ

สิงหา บอระเพชร (2551) การตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมาก คือ ด้านความหลากหลายของการให้บริการ เช่น มีบริการนวดเท้า นวดตัว นวดประคบสมุนไพร อบตัวด้วยสมุนไพร ด้านราคา ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมาก คือ ราคามีความเหมาะสมกับบริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร (พนักงานนวด) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานนวดหรือหมอนวดของสถานบริการนวดแผนไทยที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหารนั้นได้รับการคัดสรร จากสถานประกอบการเป็นอย่างดี ทำให้พนักงานนวดสามารถแนะนำให้ผู้ใช้บริการนวดเพิ่มเติมเพื่อแก้อาการที่ตนเป็น หรืออาจเป็นเพราะผู้ให้บริการเมื่อได้นวดกับพนักงานนวดแล้วรู้สึกว่าคุณมีความรู้สึกละบายตัวขึ้น จึงอาจทำให้ระยะเวลาในการใช้บริการนานขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 142) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคกับบุคลากร (customer behavior and people) เป็นกระบวนการคัดสรร เลือกสรรกลุ่มคนที่เหมาะสมกับการทำงาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรทิพย์ จันทร์แจ้ง (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่าด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการเลือกร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ผู้วิจัยสรุปแนวคิดเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

3.1.1 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็น คนวัยทำงานมีช่วงอายุระหว่าง 36-55 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่รักสุขภาพ ซึ่งอาจมีอาการปวดเมื่อยและเหนื่อยล้าจากการทำงาน จึงได้หันมาใช้บริการนวดแผนไทย ทั้งนี้การมาใช้บริการของผู้ใช้บริการส่วนมากจะมาใช้บริการกับเพื่อน ซึ่งในบางครั้งเพื่อนอาจขึ้นไปใช้บริการนวดแผนไทยด้วย หรืออาจไม่ได้ขึ้นไปใช้บริการ ซึ่งทั้งสองกรณีทำให้ต้องมีการนั่งคอยกันในขณะที่ผู้หนึ่งขึ้นไปใช้บริการ กอปรกับผู้ให้บริการที่มาใช้บริการนั้นเคยใช้บริการมาแล้วมากกว่า 5 ครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นการมาใช้

บริการซ้ำ แสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ดังนั้น ทางสถานบริการควรจัดที่นั่งคอย พร้อมทั้งเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้คอยต้อนรับ หรือจัดมุมขายน้ำดื่ม เบเกอรี่ ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งของสถานบริการ หรือจัดมุมอินเทอร์เน็ต จัดมุมหนังสือ จัดมุมดูภาพยนตร์ ฟังเพลง เพราะการนั่งรอคอยในบางครั้งใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการส่วนมาก จะมาใช้เวลาในช่วงเวลา 14.00-17.00 น. เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นทางสถานประกอบการควรเตรียมหมอนวด ให้มากกว่า ช่วงเวลาอื่น เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการใช้บริการ ทั้งนี้อาจจัดหาพนักงานชั่วคราวมาบริการเพื่อให้พอเพียงกับการบริการลูกค้าสำหรับช่วงเวลา 8.00-10.30 น. ที่มีผู้ใช้นิยมน้อยมากนั้น สถานประกอบการอาจจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การสะสมแต้มเพื่อแลกเป็นการนวดฟรี หรือ การลดราคาในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการในช่วงเวลานั้นมากขึ้น โดยเน้นกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้านที่มีเวลามาใช้บริการในเวลาดังกล่าว ส่วนพนักงานบริษัทเอกชน ที่เป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ สถานบริการควรจัดรายการเพื่อรักษฐานลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ เพราะเป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการค่อนข้างสูง ตลอดจนระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยอาจจัดรายการส่งเสริมการขายสะสมยอดการใช้บริการเพื่อนำมาเป็นส่วนลด หรือ ใช้บริการครบ 10 ชั่วโมง ได้รับบริการนวดฟรี 1 ชั่วโมง เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

3.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps จากผลการวิจัย พบว่า สถานบริการนวดแผนไทยวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ได้ดำเนินการตามหลักวิชาการ ดังนั้น ผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจนวดแผนไทย สามารถนำไปศึกษาพัฒนาต่อยอดเป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจได้ แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการจัดทำแผนการตลาดสำหรับส่วนประสมการตลาดบางรายการ ดังนี้

1) **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** กลุ่มผู้ให้บริการร้อยละ 60 มาใช้บริการนวดแผนไทย มากกว่าการนวดแบบอื่นๆ เช่น นวดน้ำมันสมุนไพร นวดแบบประคบ ดังนั้นควรเตรียมบุคลากร ให้มีความพร้อมในการบริการนวดแผนไทยทั้งทางด้านความรู้ความชำนาญทางด้านการนวด หรือ การให้บริการแบบมืออาชีพของพนักงานต้อนรับ อีกทั้ง ต้องเตรียมอุปกรณ์ในการนวดแผนไทยให้เพียงพอและพร้อมกับการให้บริการ ทั้งนี้ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์การนวดของวัดโพธิ์ที่มีหลากหลายโปรแกรมถือว่าเป็นจุดแข็ง ดังนั้นควรรักษามาตรฐาน หรือ คงโปรแกรมการนวดไว้ หรือ อาจเพิ่มโปรแกรมการนวดที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความอยากทดลองใช้ให้กับกลุ่มผู้ให้บริการทั้งรายใหม่ และ รายเก่า

2) **ปัจจัยด้านราคา** ควรกำหนดราคาไม่ควรแพงเกินไป เพราะผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีจำนวนมากถึงร้อยละ 38.8 มีรายได้ไม่ถึง 20,000 บาท และอัตรา

ค่าบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นก็ยังเป็นราคาที่ผู้ให้บริการรับได้เพราะผู้ให้บริการส่วนมากจ่ายค่าบริการครั้งหนึ่งไม่เกิน 600 บาท อาจไม่จำเป็นต้องปรับลดราคา หรืออาจใช้กลยุทธ์ด้านราคาไปช่วยกระตุ้นการใช้บริการในช่วงเวลาที่มีผู้ให้บริการน้อย โดยจัดกิจกรรมลดราคาโดยจัดเป็นช่วง happy hour 8.00-10.00 น. ของวันจันทร์-วันศุกร์

3) *ด้านการส่งเสริมการตลาด* พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ ประทับใจและพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำของทั้งพนักงานต้อนรับและพนักงานนวด ดังนั้น สถานประกอบการยังไม่มีเจตจำนงในการจัดทำรายการส่งเสริมการขายใดๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้บริการ แต่คงต้องรักษาระดับมาตรฐานในการให้คำปรึกษาแนะนำอย่างนี้ต่อไป แต่ถ้าหากต้องการกระตุ้นในช่วงเวลาที่มีผู้ให้บริการน้อยก็ควรทำการโฆษณา ลงข่าวหรือประชาสัมพันธ์ บนเว็บไซต์ หรือ บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบว่า หากมาในช่วงเวลาดังกล่าว จะมีการแจกบัตรลดราคา หรือ สะสมแต้มครบตามจำนวนจะได้รับการบริการฟรี 1 ครั้ง

4) *ด้านบุคลากร* พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานทั้งพนักงานบริการต้อนรับ ส่วนหน้า และพนักงานนวด ถึงแม้ว่าการบริการของบุคลากรในปัจจุบันจะเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการในเรื่องการบริการ และการนวด สถานบริการก็ควรต้องรักษาระดับมาตรฐานการฝึกอบรมทั้งทางด้านทักษะการนวด และด้านการบริการให้กับพนักงานต่อไป ทั้งด้านประสิทธิภาพ ความชำนาญ และฝีมือในการนวด พนักงานทุกคนควรมีมารยาทและความซื่อสัตย์ ทั้งนี้อาจทำการทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติก่อนรับเข้าทำงาน นอกจากนี้ ควรรักษานักวิชาการในปัจจุบันให้อยู่กับสถานบริการด้วยการสร้างแรงจูงใจในการทำงานและสร้างความจงรักภักดีต่อกิจกรรม เพราะงานนวดแผนไทยเป็นงานที่ต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัว การฝึกฝน การมีประสบการณ์ ซึ่งอาจถูกชักจูงไปทำงานที่ใหม่ได้ง่าย และควรจัดให้มีการประชุมเป็นประจำเพื่อแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากการให้บริการที่เกิดขึ้นกับลูกค้า

5) *ด้านการให้บริการของพนักงานนวด* พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้ระบุว่า จะให้บริการนวดกับพนักงานนวดคนใด ดังนั้นสถานบริการ ควรฝึกทักษะการนวดให้มีมาตรฐาน โดยการจัดให้มีการฝึกอบรมฝึกเทคนิคในการนวด มารยาทในการบริการและหลักการบริการตลอดจนวิธีการติดต่อสื่อสารพูดคุยกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริการเพื่อจะได้เรียกใช้บริการกับพนักงานนวดท่านนั้นเสมอ เพราะการที่ผู้ให้บริการ คิดใจในการบริการและทักษะการนวดของพนักงานนวด จะเป็นการกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำได้อีก

6) *ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ* จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในเกือบทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านขนาดเตียงที่ใช้อยู่ที่มีความ

เหมาะสมกับการให้บริการ ดังนั้น ควรให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายตรวจสอบควบคุมดูแลให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เช่น เมื่อบริการลูกค้าผู้ใช้บริการเสร็จเรียบร้อยแล้วให้เปลี่ยนปลอกหมอน ผ้าปู ทุกครั้ง สถานบริการอาจมีการปรับปรุงซ่อมแซมทั้งภายในและภายนอกอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและสร้างภาพลักษณ์ สร้างบรรยากาศที่ดีในการให้บริการ มีความเจียะสงบ เป็นส่วนตัว หรืออาจจัดทำห้องนวดพิเศษเพื่อความเป็นส่วนตัว จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการมากขึ้น และในส่วนของลูกค้าที่มีไว้บริการให้ลูกค้าเปลี่ยนก็เช่นเดียวกัน ควรมีนโยบายตรวจสอบ ควบคุมดูแลเรื่องความสะอาดของลูกค้าที่มีไว้บริการอย่างเข้มงวด และเสื้อผ้าที่มีไว้บริการนั้นควรมีทั้ง กางเกง และ เสื้อ และต้องเป็นแบบเหมาะสมกับการนวดแผนไทย ดังนั้น สถานบริการภายในบริเวณวัด ควรปรับปรุงให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยที่พักคอยระหว่างรอรับการบริการ ควรจัดให้เหมาะสมเป็นสัดส่วนและปรับเปลี่ยนระบบปรับอากาศให้มีอากาศการถ่ายเทสะดวก เพื่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลอดจนรักษาคุณภาพเรื่องความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ในการบริการนวดให้เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการอย่างนี้ตลอดไป

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะทำให้สามารถลงลึกในรายละเอียดได้มากตามที่ต้องการ โดยอาจใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โดยศึกษากับสถานบริการที่ขึ้นทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้เห็นภาพองค์รวมของธุรกิจบริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.3 ควรศึกษาการดำเนินธุรกิจสปา ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินการควบคุมไปกับการบริการนวดแผนไทยได้