

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอ
เมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

MARKETING FACTORS AFFECTING ON THE DECISION MAKING ON
USING THAI TRADITIONAL MASSAGE SERVICE
OF PEOPLE IN MUANG SURIN DISTRICT, SURIN PROVINCE

ณัฐกานต์ มีพัฒน์¹

Nattakarn Meepat¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการคำนวณการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าสหสัมพันธ์ (Pearson's correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.6 มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.2 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 73.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 (2) ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยอยู่ในระดับมากที่สุด (3) ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านบุคลากรไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, นวดแผนไทย, ปัจจัยทางการตลาด

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับนักบริหารรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยรามคำแหงสาขาวิทยาเขตสุรินทร์, Master's Student in Business Administration Program for Young Executives, Ramkhamhaeng University Surin Campus

ABSTRACT

This research aims to study on marketing factors affecting to decision making on using Thai traditional massage service of people in Muang Surin District, Surin Province, which is quantitative research. The researcher defined a sample group in this study as follows: The population of Muang Surin District, Surin Province, used to use Thai traditional massage service were composed of 400 respondents which answering the online questionnaire to collect data. Statistics used to calculate and analysis data included frequency, percentage, average, standard deviation, Pearson's correlation and Multiple Regression analysis.

The study found that (1) 53.6 percent of the respondents were female aged 31 - 40 years, or 43.7 percent, have a bachelor's degree was 66.2 percent of the respondents. Occupation in government service / state enterprise was 73.0 percent. The average monthly income was 15,001 - 25,000 baht or 42.5 percent. (2) The overview of market mix factors and decision making on using Thai traditional massage service were the highest. (3) The marketing factors that affected people's decision to use Thai traditional massage service in Muang Surin District, Surin Province were 4 terms as follows : Marketing promotion, Production, Physical Presentation and Process. As for Pricing, Distribution Channels, and Personnel, These will not affect the decision making on using Thai traditional massage service of people in Muang Surin District. Surin Province statistically significant at 0.00 level.

Keywords: decision making, Thai traditional massage, marketing factors

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การนวดแผนไทย หรือ การนวดแผนโบราณ เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะที่มีมาแต่โบราณ เกิดจากสัญชาตญาณเบื้องต้นของการอยู่รอด เมื่อมีอาการปวดเมื่อยหรือเจ็บป่วยตนเองหรือผู้ที่อยู่ใกล้เคียง มักจะลูบไล้บริเวณดังกล่าว ทำให้อาการปวดเมื่อยลดลง เริ่มแรกๆ ก็เป็นไปโดยมิได้ตั้งใจ ต่อมาเริ่มสังเกตเห็นผลของการบีบวดในบางจุด หรือบางวิธีที่ได้ผลจึงเก็บไว้เป็นประสบการณ์ และกลายเป็นความรู้ที่สืบทอดกันต่อ ๆ มา จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ความรู้ที่ได้จึงสะสมจากลักษณะง่ายๆ ไปสู่ความสลับซับซ้อน จนสามารถสร้างเป็นทฤษฎีการนวด จึงกลายมาเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีบทบาทบำบัดรักษาอาการและโรคบางอย่าง

การนวดแผนไทยอาจแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 2 ประเภท คือ การนวดเพื่อผ่อนคลาย และการนวดเพื่อบำบัดรักษา การนวดเพื่อผ่อนคลาย เป็นการนวดเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ทำให้กล้ามเนื้อผ่อนคลาย ส่วนการนวดเพื่อบำบัดรักษา เป็นการนวดเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ในการบำบัดโรค หรือรักษาผู้ป่วย เช่น นวดแก้สะบักจม นวดแก้คอเคล็ด นอกจากนั้นการนวดไทย ยังอาจมีลีลาวิธีการนวดแตกต่างกันไป ๒ แบบ คือ การนวดแบบราชสำนัก และการนวดแบบเชลยศักดิ์ การนวดแบบราชสำนักแต่เดิมเป็นการนวดเพื่อถวายพระมหากษัตริย์ และเจ้านายชั้นสูงในราชสำนัก การถ่ายทอดวิธีการนวดแบบนี้ต้องพิจารณาคุณสมบัติของผู้เรียนอย่างละเอียดถี่ถ้วน มีขั้นตอนในการสอน โดยเน้นที่จรรยาบรรณในการนวด ปัจจุบันนำมาใช้บำบัดโรคระบบกล้ามเนื้อและกระดูก ส่วนการนวดแบบเชลยศักดิ์หรือแบบทั่วไป เป็นการนวดแบบสามัญชน ใช้การสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยการฝึกฝนและการบอกเล่า มีแบบแผนการนวดตามวัฒนธรรมท้องถิ่น ประกอบกับประสบการณ์ ที่สั่งสมของครูนวด แต่เดิมการถ่ายทอดศาสตร์การนวดไทยแบบนี้ มักสอนและเรียนกันตามบ้านของครูนวด แต่ปัจจุบัน มีการเรียน การสอนกันทั่วไป ตามสถาบันการศึกษา หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์แผนไทย

จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา -19 เริ่มขึ้นเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2562 ส่งผลให้แต่ละประเทศกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการระบาด ทั้งการควบคุมการเคลื่อนย้ายของประชาชนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ การปิดหรือจำกัดระบบการขนส่งต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตและกิจกรรมของประชาชนทั่วโลก (สาคร ศรีमुख, 2563) โดยได้เริ่มใช้มาตรการที่ เรียกว่าล็อกดาวน์ในวันที่ 26 มีนาคม 2563 และมีการขยายมาตรการเรื่อยมา ซึ่งมาตรการต่างๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของเราแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจ โดยรวมของประเทศไทยอีกด้วย ในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ภาคธุรกิจส่วนใหญ่ไม่สามารถ รักษายอดขายและกำไรไว้ได้ บางบริษัทอาจมีกำไรลดลงและ เงินทุนลดลง รวมไปถึงธุรกิจนวดแผนไทย ซึ่งถือเป็นธุรกิจต้นๆ ที่ถูกทางภาครัฐสั่งปิดให้บริการ เนื่องจากมีการสัมผัสใกล้ชิดกับผู้คนตลอดจาก มาตรการที่ผ่านมามีผลส่งผลกระทบต่อธุรกิจนวดแผนไทยได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก

และจากสถานการณ์ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในภาพรวมของโลกตลอดจนประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ซึ่งองค์การอนามัยโลกได้รายงานว่า

ผู้เสียชีวิตจากโรคดังกล่าวมีจำนวนลดลงอย่างมีนัยสำคัญและมีจำนวนต่ำที่สุด นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 สอดคล้องกับภาพรวมของสถานการณ์ในประเทศไทย ทำให้สามารถผ่อนคลายการบังคับใช้บรรดา มาตรการ เพื่อบรรเทาผลกระทบต่องานประชาชนและผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินชีวิต ขับเคลื่อนกิจกรรม ทางเศรษฐกิจและกิจกรรมทางสังคมทั้งหลายให้เข้าสู่ภาวะปกติ นายกรัฐมนตรีจึงได้มีประกาศ เรื่อง ยกเลิก ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ประกาศ ข้อกำหนด และคำสั่งที่เกี่ยวข้อง ลงวันที่ 29 กันยายน 2565 ประกอบกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ได้มีประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง ชื่อและอาการสำคัญของโรคติดต่ออันตราย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2565 ลงวันที่ 19 กันยายน 2565 ทำให้โรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด - 19) เปลี่ยนสถานะจากโรคติดต่อ อันตรายเป็นโรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวังตามกฎหมายว่าด้วยโรคติดต่อ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เป็นต้นไป

ด้วยเหตุนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อรองรับต่อการดำเนินธุรกิจนวดแผนไทยที่ เริ่มกลับมาเปิดได้เป็นปกติเนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดที่คลี่คลายลง ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัย ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด วางแผนการ ดำเนินงานและปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาธุรกิจนวดแผนไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชน ในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของ ประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
2. ปัจจัยด้านราคาส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนใน อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของ ประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
5. ปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชน ในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
6. ปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผน ไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

7. ปัจจัยด้านกระบวนการส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
2. ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์ โดยเฉลี่ยมีประชากร จำนวน 217,386 คน
3. ขอบเขตด้านตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากตัวอย่างจำนวน 400 คน
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้มีพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
5. ขอบเขตด้านเวลา การเก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้อยู่ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือน เมษายน 2566 – เดือน พฤษภาคม 2566

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

Kotler (1997) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ ที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย เมื่อนำเครื่องมือมาใช้ถือว่าการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด ส่วนผสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 7 กลุ่มดังนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) และกระบวนการ (Process) โดยจะสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

Kotler & Keller (2012) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการตัดสินใจซื้อที่ว่า เป็นการอธิบายจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่ทำให้เข้าใจว่า ผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจในการซื้ออย่างไร ซึ่งนักการตลาดนั้นควรที่จะพยายามเข้าใจในพฤติกรรมดังกล่าวของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตาม ไม่เสมอไปที่ลูกค้าจะต้องผ่านขั้นตอน กระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอน แต่อาจจะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไป หรืออาจจะย้อนกลับมาที่ขั้นตอนใดซ้ำก็ได้ก่อนที่จะซื้อสินค้านั้น ซึ่งกระบวนการตัดสินใจในการซื้อนั้นประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

Armstrong (2012) ได้อธิบายว่าการตัดสินใจว่า คือ ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุดจากการจะประเมินการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาจจะมีเพียงการรับรู้ปัญหาแล้วตัดสินใจซื้อเลยก็เป็นไปได้ หากเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีการซื้ออยู่เป็นประจำ กระบวนการการตัดสินใจซื้อจะมีอยู่ 5 ขั้นตอน ดังนี้ ความต้องการเบื้องต้น การค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

สร้อยตระกูล (ตัวยานนท์) อรรถมานะ (2550, อ้างอิงใน รุสนี จุกอ, 2554) ได้กล่าวไว้ว่าคำจำกัดความของการตัดสินใจ ก็คือ การเลือกระหว่างทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหลาย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตน์ เชาว์นัต (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทย ตำบลป่าตาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังต่อไปนี้ คือ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 40,000 บาท นอกจากนี้ในส่วนของการใช้บริการร้านนวดแผนไทย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้มาใช้บริการ มี เหตุผลที่มาใช้บริการร้านนวดแผนไทย เพื่อสุขภาพ / ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ใช้วิธีการเดินทางมาใช้บริการร้าน นวดแผนไทยมาด้วยตนเอง มีความถี่ในการใช้บริการร้านนวดแผนไทยต่อเดือนคือ 1 ครั้งต่อเดือน โดยวันที่มาใช้บริการร้านนวดแผนไทย คือ วันหยุด (วันเสาร์ / วันอาทิตย์ / วันหยุดนักขัตฤกษ์) ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ร้านนวดแผนไทย คือ 13:00 - 17:00 น. และประเภทของบริการนวดแผนไทยที่มาใช้บริการ คือ นวดไทย / นวดตัว ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทย ตำบลป่าตาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทย ตำบลป่าตาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกด้าน

พลอยไพลิน หัตถกิจ (2564) ศึกษาแผนพัฒนาการตลาดธุรกิจร้านนวดแผนไทย Royal Thai Massage ในประเทศ South Africa พบว่า แผนพัฒนาการตลาดธุรกิจร้านนวดแผนไทย Royal Thai Massage ในประเทศ South Africa นี้เกิดขึ้นจากการระบาดของ COVID 2019 ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านนวดทำให้รายได้และกำไรของร้านลดลงเป็นอย่างมาก จึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดใหม่เพื่อรับมือกับสถานการณ์ในปัจจุบันและหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคคลัสต์คลาย ธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวและปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการและสร้างรายได้กลับมา

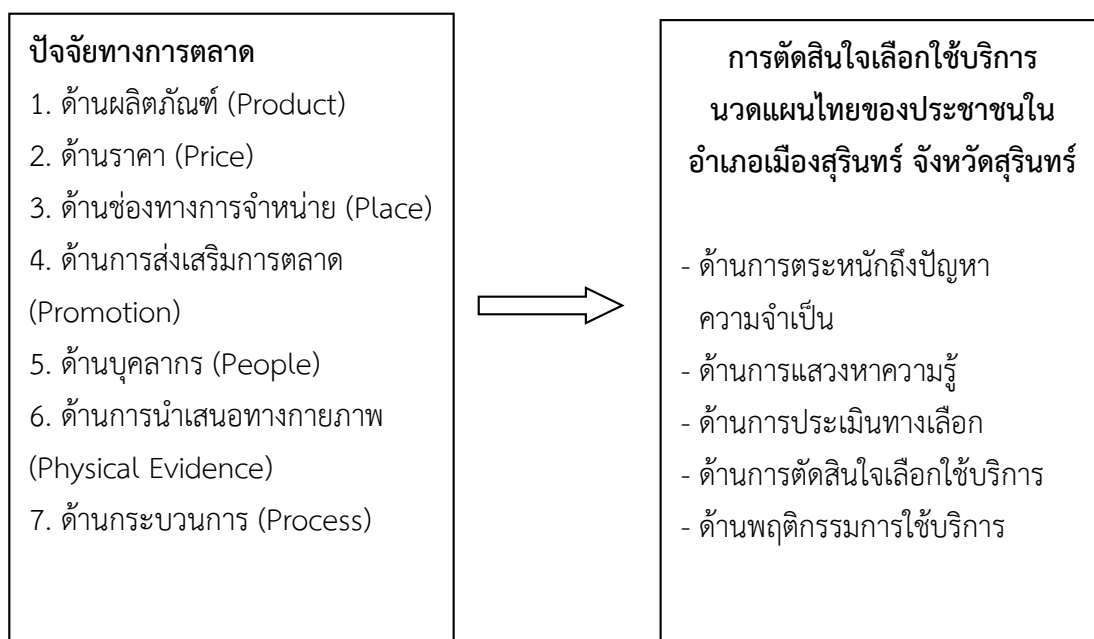
จากข้อมูลแบบสอบถามในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านนวดแผนไทย Royal Thai Massage ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดของลูกค้าจำนวน 101 คน พบว่า ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการนำเสนอและสร้างลักษณะทางกายภาพ ดังนั้นทางร้านจึงวางตำแหน่งของร้านในตลาดเป็นร้านที่นำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าในด้านภาพลักษณ์ของร้านที่ดี มีระดับและแสดงถึงความเป็นไทยในราคาที่จับต้องได้และเข้าถึงได้ง่าย พร้อมทั้งการบริการที่เป็นมาตรฐานและเป็นมิตรต่อลูกค้า กลยุทธ์หลักคือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เช่น มีช่องทางในการทำการจองการใช้บริการทางออนไลน์ผ่านทาง Facebook และ WhatsApp เป็นต้น

ปภัสนร นิลวงศ์ (2565) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดในแต่ละด้านประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าขนหนูและชุดสำหรับผู้ใช้บริการ เพื่อให้บริการครั้งต่อไป ด้านราคาคือ มีป้ายแจ้งราคาค่าบริการชัดเจน ถูกต้อง ด้านสถานที่คือ สถานที่มีความสะอาดต่อการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น ลด 10% ทุกครั้งที่ใช้บริการ ด้านบุคคลคือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพคือ ห้องน้ำ และ ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้ามีความสะอาด ด้านกระบวนการคือ มีการเตรียมส่วนผสม ที่ใช้ในการให้บริการอย่างรวดเร็ว

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (dependent Variable)



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย ผู้วิจัยใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของ W.G. Cochran (Cochran, 1997 อ้างอิงใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเริ่มแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ ๑๕ เดือน เมษายน – พฤษภาคม ๒๕๖๖

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตและสารสนเทศ เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางสถิติ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามีความเชื่อถือและมีแหล่งที่มาของข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการสนับสนุนงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากกรอบแนวคิด เอกสาร งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ 3 ประเด็น คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย 3) ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย
3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข
4. ทำการปรับปรุงแก้ไขและทดสอบวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม แล้ววิเคราะห์ผลการตรวจสอบด้วยวิธีค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC)
5. นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
6. ทำการปรับปรุงก่อนแจกแบบสอบถาม
7. แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบและการประเมินคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม แล้ววิเคราะห์ผลการตรวจสอบด้วยวิธีค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยกำหนดผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของเนื้อหา และพิจารณาว่าคำถามในแบบสอบถามนั้นสามารถใช้วัดได้ตามวัตถุประสงค์หรือไม่

การทดสอบวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

การทดสอบวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) สามารถทำได้โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha co-efficient) มีค่ามากกว่า 0.70 สรุปได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือได้

การทดสอบโดยพิจารณาจากค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item - Total Correlation) ค่าการทดสอบมากกว่า 0.3 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์และแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมุติฐานของการศึกษา แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Statistics)

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจุบันด้านส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยมีการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร ขึ้นไป

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 66.2 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 73.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.43) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านบุคลากร (M = 4.54)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.37) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการมีคุณภาพ มีความเหมาะสม เช่น สมุนไพร ลูกประคบ น้ำมันนวด (M = 4.45)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.48) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีการแจ้งอัตราการให้บริการที่ชัดเจน (M = 4.54)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.41) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน (M = 4.45)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.31) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่ซื้อเป็นแพ็คเกจ (M = 4.35)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.54) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ พนักงานแต่งกายสะอาด เหมาะสมกับการให้บริการ (M = 4.35)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด (M = 4.42) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีพื้นที่ให้บริการแยกชาย หญิง (M = 4.51)

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.45$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีขั้นตอนในการบริการที่ถูกต้อง เหมาะสม เช่น ขั้นตอนการนวด ขั้นตอนการอบสมุนไพร ($M = 4.49$)

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ความจำเป็น ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.32$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($M = 4.47$)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ความจำเป็น ($M = 4.31$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เพื่อความผ่อนคลาย ลดความเมื่อยล้า ($M = 4.61$)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านการแสวงหาข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.28$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การบอกเล่าจากคนรู้จัก ($M = 4.45$)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านการประเมินทางเลือกอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.27$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านมีการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการกับร้านนวดอื่น ๆ หลายร้าน ($M = 4.27$)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.47$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ พนักงานมีทักษะ มีความเชี่ยวชาญในการนวด สุภาพ อธิษาศัยดี ($M = 4.65$)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้านพฤติกรรมหลังการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.29$) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ($M = 4.40$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้วิธีการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ได้ร้อยละ 79 (Adjusted $R^2 = 0.790$)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชน
ในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ด้วยวิธีการถดถอยพหุคูณ

	B	Beta	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.250	0.250	6.338	0.000
ด้านราคา (X ₂)	-0.033	-0.030	-0.590	0.555
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.016	0.016	0.314	0.753
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.314	0.378	7.903	0.000
ด้านบุคลากร (X ₅)	-0.071	-0.064	-1.326	0.186
ด้านการนำเสนอทางกายภาพ (X ₆)	0.269	0.277	5.081	0.000
ด้านกระบวนการ (X ₇)	0.139	0.135	2.302	0.022

R = 0.891, R² = 0.794, Adjusted R² = 0.790, SEE = 0.296, F = 216.053, Sig = 0.000

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.891 และสามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ด้ร้อยละ 79 (Adjusted R² = 0.790) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + e$$

$$Y = 0.463 + 0.250(X_1) + 0.314(X_4) + 0.269(X_6) + 0.139(X_7)$$

(6.338) (7.903) (5.081) (2.302)

- เมื่อ Y = การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย
- (X₁) = ด้านผลิตภัณฑ์
- (X₄) = ด้านการส่งเสริมการตลาด
- (X₆) = ด้านการนำเสนอทางกายภาพ
- (X₇) = ด้านกระบวนการ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้ สามารถระบุปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ในงานวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดวางแผนการดำเนินงานและปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาธุรกิจนวดแผนไทยต่อไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าซื้อที่เป็นแพ็คเกจ มีสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิก มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการผ่านทางสื่อต่าง ๆ อยู่เสมอ มีโปรโมชั่นพิเศษสำหรับเทศกาลวันสำคัญ เช่น วันเกิด วันแม่ มีการขายโดยการทำการตลาดโดยตรง เช่น ส่งข่าวสารถึงลูกค้า และมีของสมนาคุณสำหรับผู้เข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการมีคุณภาพ มีความเหมาะสม เช่น สมุนไพรลูกประคบ น้ำมันนวด มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการมีความหลากหลาย เช่น สมุนไพรหลากหลายชนิด กลิ่นของน้ำมันหอมระเหย และมีเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทย

ด้านการนำเสนอทางกายภาพ มีพื้นที่ให้บริการแยกชาย หญิง พื้นที่ให้บริการสะอาด ตกแต่งสวยงาม มีการแบ่งพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วน มีพื้นที่สำหรับผ่อนคลายหลังได้รับบริการและมีเสียงเพลงบรรเลงระหว่างการใช้บริการเพื่อทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

ด้านกระบวนการ มีขั้นตอนในการบริการที่ถูกต้อง เหมาะสม เช่น ขั้นตอนการนวด ขั้นตอนการอบสมุนไพร มีเสื้อผ้าสำหรับเปลี่ยนก่อนเข้ารับบริการอย่างเหมาะสม มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานใช้เวลาที่เหมาะสมกับการบริการ มีบริการหลังการนวด เช่น น้ำอุ่น น้ำสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และมีการจัดเตรียมส่วนประสมที่ใช้ในการให้บริการอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการขยายขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยให้กว้างขึ้น เช่น การเพิ่มกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามไปยังทุก ๆ อำเภอในจังหวัดสุรินทร์ หรือขยายไปถึงจังหวัดใกล้เคียง เพื่อจะได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องอื่น ๆ เช่น คุณภาพการบริการ เพื่อเป็นการวัดคุณภาพของการให้บริการ ระหว่างการบริการที่ลูกค้ารับรู้และการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง

3. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ทั้งจากเจ้าของกิจการ หรือผู้มาใช้บริการ ณ จุดบริการ เพื่อให้สามารถตอบคำถามการวิจัยได้ครอบคลุมและมีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ปภัสสร นิลวงศ์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พลอยไพลิน หัตถกิจ. (2564). แผนพัฒนาการตลาดธุรกิจร้านนวดแผนไทย Royal Thai Massage ในประเทศ South Africa. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.

รัตน์ เซาว์นด. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทย ตำบลป่าตาล อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รุสนี จุกอ. (2554). การตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา ในจังหวัดปัตตานี. สารนิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). Principles of marketing. New York: Pearson Education.

Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). Marketing Management 12th Edition. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.