

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

มนสิชา สุขชม*
ดร.อุบลวัลย์ รอดเอี่ยม**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร และเป็นการศึกษาเชิงรูปแบบการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ประชากรที่ใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และได้ผลการวัดความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท การเข้ารับบริการส่วนมากจะเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลภาครัฐ รูปแบบของการเลือกใช้บริการ คือ การนวดแผนไทย ความถี่ในการใช้บริการ คือ นาน ๆ ครั้ง เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการ คือ เพื่อรักษาสุขภาพ/การบำบัดรักษาโรค และความเชื่อมั่นในมาตรฐานการบริการ และการเข้ารับบริการส่วนใหญ่จะไม่เจาะจงเลือกพนักงาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านบุคคลและพนักงาน 4.449 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ 4.381 ด้านการส่งเสริมและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ 4.323 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 4.221 ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมาก คือ ด้านราคา 4.172 ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย 4.101 และด้านการส่งเสริมการขาย 3.582 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, นวดแผนไทย

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Abstract

The objective of this research is to study the relationship between service marketing mix and service behavior of Thai massage consumers in Bangkok metropolitan hospital and the exploratory study technique has been employed in this study. The samples are 400 customers who use the service during the period surveyed. Questionnaires are used as research instrument to acquire data, it is also found that the reliability value is 0.920. Frequency, percentage, standard deviation and Chi square are used in the data analysis.

Research results show that females are major respondents, aged between 30–39 years. Career of samples are government employee/government enterprise, holding bachelor degree with the moderate income about 10001–15000 baht. The majority of services used is Thai massage in government hospital which is rarely used in certain period. The reason to use Thai massage is for healthy reason and having strong confident in service standard. Actually, they don't have any specific masseur/masseuse.

For marketing mix factors, consumers mostly give priority in people (4.449), process (4.381), physical evidence (4.323) and product (4.22). Factors that consumers place importance are price (4.172), place (4.101) and promotion (3.582) respectively.

Results of hypothesis testing reveal that demography and service marketing mix of Thai massage in Bangkok metropolitan hospitals has some relationship with consumer behavior in the selection of Thai massage service at the 0.05 statistical significance level.

Key word : service marketing mix, Thai massage

บทนำ

ปัจจุบันตลาดธุรกิจบริการมีการขยายตัวและกำลังได้รับการตอบรับอย่างดียิ่งจากผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจบริการนวดแผนไทย เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่มีภาวะที่ค่อนข้างตึงเครียดและนับวันยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากปัญหาวิกฤตการณ์ต่างๆ ในปี 2554 ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม โดยเฉพาะปัญหาทางด้านอุทกภัยที่คนไทยต่างก็ประสบกันทั่วหน้า ซึ่งวิกฤตการณ์ต่างๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ทำให้คนไทยส่วนใหญ่เกิดความเครียด ความกังวล และความกดดันทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ นอกจากนี้ยังมีอีกหลายปัจจัยที่เป็นปัญหาส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกายนั่นก็คือ อากาศปวดเมื่อย การเมื่อยล้าจากการทำงาน การนอนตกหมอน การเสื่อมสภาพร่างกายวัยชรา และการบาดเจ็บจากการคลอตบุตร เป็นต้น ซึ่งอาการทั้งหลายเหล่านี้เป็นสาเหตุทำให้คนไทยเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมในการดูแลใส่ใจสุขภาพของตนเองมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจบริการเกี่ยวกับสุขภาพได้รับความสนใจและได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภคมากขึ้นตามไปด้วย โดย

เฉพาะบริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลที่ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมกันมากในกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเข้ารับการรักษาอย่างถูกวิธีโดยการรักษาแบบส่งเสริมสุขภาพ การฟื้นฟูสภาพ รวมถึงความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ เป็นต้น

กระทรวงสาธารณสุข ยังมีนโยบายให้ฟื้นฟูภูมิปัญญาไทยด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร เพื่อพัฒนาเข้าสู่ระบบสุขภาพแห่งชาติอย่างสมบูรณ์ ในการนี้ได้มีการยกระดับสถานื่อนามัยทั่วประเทศเป็นโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โดยมุ่งให้โรงพยาบาลทุกระดับ ดำเนินการให้บริการแบบผสมผสานกันระหว่างการแพทย์แผนปัจจุบันกับการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทย นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุข ยังได้ให้ความสำคัญในการสร้างบุคลากรทางการแพทย์ โดยมีนโยบายให้เพิ่มกรอบโครงสร้างอัตรากำลังนักการแพทย์แผนไทย ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงพยาบาลทุกระดับ และจัดทำเกณฑ์มาตรฐานบริการการนวดในโรงพยาบาลภาครัฐ

โดยตั้งเป้าการผ่านเกณฑ์ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยให้แก่ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น (ประภากร สุมะโน, 2554, ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวมา ธุรกิจด้านบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยและมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องและได้รับการส่งเสริมจากกระทรวงสาธารณสุข โดยมีนโยบายฟื้นฟูภูมิปัญญาไทยเพื่อพัฒนาเข้าสู่ระบบสุขภาพแห่งชาติในโรงพยาบาล และส่งเสริมให้มีการจัดทำมาตรฐานงานบริการการแพทย์แผนไทยในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ ดังนั้นเพื่อให้สถานพยาบาลที่ดำเนินธุรกิจบริการนวดแผนไทยสามารถวัดและประเมินผลความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีและมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ และกลยุทธ์การตลาดของบริการนวดแผนไทย

ในโรงพยาบาล ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่องค์กรสถานพยาบาล ผู้ประกอบการ หรือผู้สนใจที่จะนำข้อมูลไปใช้ประกอบในการวางแผนธุรกิจบริการ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวไปสู่การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ในปี 2558 ซึ่งจะนำอาเซียนไปสู่การตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single market and production base) ซึ่งประกอบด้วยสินค้าและธุรกิจบริการสู่ความพร้อมในการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยอย่างเต็มที่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

วารสารวิทยบริการ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมฯ

ปีที่ ๒๔ ฉบับที่ ๔ ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๖

มนสิชา สุขชม และดร.อุบลวัลย์ รอดเอี่ยม

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

1. เพศ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

2. อายุ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

3. อาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

1. ผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

2. ราคา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

3. การจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

4. การส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

5. บุคคลหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

6. กระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่เคยใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกรณีไม่ทราบจำนวนของประชากร (วิสาชา ภูจินดา, 2553, หน้า 100, 102) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 หรือที่ระดับ 0.05 จะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความคาดเคลื่อนของข้อมูล จึงทำการเก็บเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

การวัดตัวแปร

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1. เพศ 2. อายุ 3. อาชีพ 4. ระดับการศึกษา และ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้รูปแบบคำถามให้ผู้ตอบเลือกเพียงข้อเดียว จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1. ประเภทของบริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล 2. รูปแบบบริการนวดแผนไทย 3. ความถี่ในการใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล 4. เหตุผลที่เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล 5. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล 6. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการพนักงานในแต่ละครั้ง โดยใช้รูปแบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice questions) และผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 6 ข้อ และส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้คะแนนโดยประเมินจากความสำคัญที่คิดว่าเหมาะสมที่สุด จำนวน 28 ข้อ

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยวิธีการดังนี้ 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และ 2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของข้อคำถาม และจากผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2551, 26)

สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการวิเคราะห์ ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ พร้อมหาค่าความเข้มข้นของความสัมพันธ์ด้วยวิธี Cramer's V

ผลการดำเนินการ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์
ด้านเพศ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล คือ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนเพศชายคิดเป็นร้อยละ 39

ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 และน้อยที่สุด คือ อายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 8
ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลมากที่สุด คือ ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 43 และน้อยที่สุด คือ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41 และน้อยที่สุด คือ ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 4

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลมากที่สุด คือ รายได้ 10,001-15,000 บ. คิดเป็นร้อยละ 29 และน้อยที่สุด คือ 20,001-25,000 บ. คิดเป็นร้อยละ 9

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบริโภคนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

ประเภทของโรงพยาบาลที่ให้บริการนวดแผนไทย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลภาครัฐมากกว่าภาคเอกชน โดยคิดเป็นร้อยละ 43.5 และ ร้อยละ 28.2 ตามลำดับ

รูปแบบการเลือกใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการแบบนวดแผนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ นวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 18.5

ความถี่ในการมาใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการแบบนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.2 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 50 รองลงมาคือ คิดเป็นร้อยละ 17.2

เหตุผลในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่เชื่อมั่นในมาตรฐาน โดยคิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ บริการสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 16.5

พฤติกรรมกรมาใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อรักษาสุขภาพ/เพื่อบำบัดรักษาโรค ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ เพื่อผ่อนคลาย/คลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 43

พฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่จะไม่เจาะจงมากกว่าเจาะจงพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 70.2 ร้อยละ 29.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการบริโภคนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านบุคคล/พนักงาน มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ดังตารางที่ 1

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล	เรียงลำดับความสำคัญ
ผลิตภัณฑ์และบริการ	4.221	สำคัญมากที่สุด	4
ราคา	4.172	สำคัญมาก	5
สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.101	สำคัญมาก	6
การส่งเสริมการขาย	3.582	สำคัญมาก	7
บุคคลหรือพนักงาน	4.449	สำคัญมากที่สุด	1
กระบวนการ	4.381	สำคัญมากที่สุด	2
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.323	สำคัญมากที่สุด	3

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผลจากวิเคราะห์ประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านรูปแบบของการบริการ รองลงมาคือ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ

สมมติฐานที่ 2 ผลจากวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านรูปแบบของการบริการ

ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านพฤติกรรมการเลือกใช้นักงาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านพฤติกรรมการเลือกใช้นักงาน

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านรูปแบบของการบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านพฤติกรรมการเลือกใช้นักงาน

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการมากที่สุดในด้านประเภทของโรงพยาบาลที่ใช้บริการ

สรุปผล และอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ นวดแผนไทยในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ว่า เพศหญิง อายุ 30-39 ปี อาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี เงินเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลภาครัฐ รูปแบบการเลือกใช้บริการจะเป็นแบบนวดแผนไทยและนวดเฉพาะจุด ความถี่ที่เข้ามาใช้บริการจะเป็นแบบนาน ๆ ครั้ง และเหตุผลที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่เพราะเชื่อมั่นในมาตรฐานการให้บริการ ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการนวดโดยมากจะเพื่อรักษาสุขภาพหรือเพื่อบำบัดรักษาโรค และผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มักจะไม่เจาะจงพนักงานในการเข้ารับบริการ

ผลจากการศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล เขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลและพนักงาน มีความสัมพันธ์และมีความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค รองลงมาอันดับ 2 คือ ด้านกระบวนการ และอันดับที่ 3 คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์น้อยที่สุดในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค คือ ด้านการส่งเสริมการขาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผลจากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคที่เข้ารับบริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท ดังนั้นโรงพยาบาลที่เปิดบริการนวดแผนไทย ทั้งสังกัดภาครัฐและภาคเอกชน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้ประกอบเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์งานบริการนวดแผนไทยต่อไป และผลจากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบกลุ่มเป้าหมายในการเจาะตลาดบริการนวดแผนไทย นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ซึ่งโรงพยาบาลหรือสถานบริการนวดสามารถวางกลยุทธ์ในการขายให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ เช่น การผ่อนชำระค่าบริการในการซื้อคอร์สนวดแผนไทย การให้ส่วนลดสำหรับบริการอบสมุนไพร ตลอดจนการให้ส่วนลดสำหรับบุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะการมอบสิทธิพิเศษให้แก่ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการโดยสามารถนำไปเสริมรับเงินไปเบิกค่ารักษาพยาบาลกับต้นสังกัดได้ เป็นต้น

2. ผลจากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบว่า พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลของภาครัฐ ซึ่งความถี่ในการใช้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลจะเป็นพฤติกรรมการใช้บริการแบบนาน ๆ ครั้ง โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้

บริการ คือ เชื้อม่นในมาตรฐานการบริการ ดังนั้นโรงพยาบาลควรจะทำการศึกษาสัมพันธ์ในด้านความหลากหลายของการให้บริการและชี้แนะให้ผู้บริโภคเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเข้ารับบริการนวด เช่น การนวดไม่ใช่เพียงแต่บำบัดรักษาโรคเท่านั้น แต่ยังเป็นการผ่อนคลายร่างกายที่เกิดจากความเครียดหรือความอ่อนล้าจากการทำงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะศึกษาแบบเฉพาะเจาะจงถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มข้าราชการ ที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีกำลังในการซื้อและเป็นวัยกลางคนที่เริ่มจะประสบความสำเร้งในหน้าที่การงาน ครอบครัว ตลอดจนมีอิสระในการตัดสินใจ และเพื่อเป็นการต่อยอดงานวิจัยเรื่องนี้ต่อไป

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างองค์กรที่ให้บริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาลภาครัฐกับโรงพยาบาลภาคเอกชน เพื่อให้ทราบข้อดีและโอกาสพัฒนาขององค์กรนั้นๆ

3. ควรมีการศึกษาการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในสถานบริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์มาตรฐานในการให้บริการลักษณะทางกายภาพ รวมถึงพัฒนารูปแบบและมาตรฐานของสถานบริการนวดแผนไทยในโรงพยาบาล ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภค

4. ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบธุรกิจการตลาดบริการในสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น ฟิชสปา (Fish spa) เป็นต้น และควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น กลุ่มนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ และประชาชนทั่วไป ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคของประชากรแต่ละกลุ่มที่มีปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกัน

5. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในโรงพยาบาล โดยใช้เครื่องมือและเทคนิคการรวบรวมข้อมูลแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์ เป็นต้น โดยจะสัมภาษณ์ลักษณะเจาะลึก เพื่อสังเกตและเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และมีความเที่ยงตรงอย่างแท้จริง

6. ควรมีการศึกษาความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อแพทย์แผนไทย เพื่อที่จะได้รู้ว่าประชาชนมีความคาดหวังมากน้อยแค่ไหนต่อสายงานด้านแพทย์แผนไทยหรือแพทย์ทางเลือก

7. ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบธุรกิจการตลาดบริการในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ธุรกิจบริการต่อไป

วารสารวิทยบริการ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมฯ

ปีที่ ๒๔ ฉบับที่ ๔ ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๖

มนสิชา สุขชม และดร.อุบลวัลย์ รอดเอี่ยม

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์กุล. (2551). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสาชา ภูจินดา. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยและสถิติด้านสิ่งแวดล้อม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบลิ๊อค.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล มนสิชา สุขชม
 ที่ทำงาน ภาควิชาปรสตีวิทยา
 คณะแพทยศาสตร์ศิริราชศิริราชพยาบาล
 มหาวิทยาลัยมหิดล
 การติดต่อ Chinaporn Sukchom <chinaporn.suk@mahidol.ac.th>
