

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว

อำเภอเมือง จังหวัดตากแบบมีส่วนร่วม

Marketing Mix Strategy for Massage for health group, Wat Khao Kaew

Community, Muang District, Tak Province

ศิริอมร กาวิระ¹Siriamorn Kaweera¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก และ 3) เพื่อได้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่สมาชิกกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้ว จำนวน 17 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและเชิงปริมาณ ประชากรคือผู้ใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้วไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้ว จำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบเจาะจง (Purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่การวิเคราะห์เชิงตรรกะ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1) กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว มีจุดแข็งเป็นการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย และเป็นการรวมกลุ่มหมอนวดที่แรกในอำเภอเมือง จังหวัดตาก มีชื่อเสียงด้านการนวดและอบสมุนไพรที่ผลิตขึ้นมาเอง จุดอ่อนหมอนวดยังขาดการพัฒนาองค์ความรู้การนวดแบบใหม่ๆ และเมื่อหมอนวดมีประสบการณ์ก็แยกตัวมารับนวดเอง โอกาสสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพคือคนหันมาดูแลสุขภาพด้วยวิถีทางการแพทย์แผนไทยมากขึ้น และอุปสรรคคือโรงพยาบาลหรือหน่วยงานของรัฐบาลที่เปิดให้บริการรักษาด้วยศาสตร์การแพทย์แผนไทย

¹ คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาดวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น. E-mail : sirimunkaewka@gmail.com

Department of Marketing Northern College. E-mail : sirimunkaewka@gmail.com

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 อันแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอันดับแรกเป็นด้านบุคลากรหรือหมอนวดมีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในการนวด รองลงมาเป็นด้านการบริการคือ การนวดได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และราคาการให้บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ

3) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก 3 อันดับแรกคือด้านบุคลากร หรือผู้ให้บริการ หรือหมอนวดที่อยู่ทุกขั้นตอนของการให้บริการ มีใจรักในการบริการ พัฒนางองค์ความรู้เพื่อสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเช่นเทคนิคใหม่ๆในการนวด การสื่อสารกับลูกค้า รองลงมาการให้บริการและผลิตภัณฑ์ จะเพิ่มการบริการให้มีความหลากหลาย สร้างผลิตภัณฑ์ มีแบรนด์เป็นของกลุ่มพร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการและผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์อันดับที่สามคือลักษณะทางกายภาพปรับและตกแต่ง จัดระเบียบสถานที่ให้เป็นสัดส่วน วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงห้องให้บริการแต่ละประเภทให้มีเอกลักษณ์ รวมถึงสื่อเรื่องราวต่างๆตามที่กลุ่มได้ก่อตั้งและพัฒนาขึ้น

คำสำคัญ : กลยุทธ์ ,ส่วนประสมทางการตลาด ,กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพ,การมีส่วนร่วม

Abstract

The purposes of this research were to 1.) study strength, weakness, opportunity and threat of massage for health group, Wat Khao Kaew Community, Tak Province 2.) study marketing mix factors that affecting decision making for getting massage for health group, Wat Khao Kaew Community, Tak Province and 3.) to achieve marketing mix strategy for massage for health group, Wat Khao Kaew Community, Tak Province. This survey research was conducted by using mix method between qualitative and quantitative research. Key informant was 17 members of massage for health group, Wat Khao Kaew community. The study instrument was an interview and analyzed data by using context and quantitative analysis as a framework. Sample size was 400 users of massage service which calculated from unknown population by using purposive sampling method. The study instrument were questionnaires and analyzed by statistics software. The statistics used for data analysis were logical thinking, frequency, percentage, mean and standard deviation. The research result indicated that

1) The strength of Massage for health group, Wat Khao Kaew community is provide traditional Thai massage and this is the first grouping of masseuses in Muang disraict, Tak province whom famous for massage and self-made herbal steam.

Weakness is masseuses lacking development of new massage knowledge and tend to leave the group to provide their own service after gain more experience. Opportunity is people pay more attention to Thai traditional medical service as alternative choice of health care. Threat is hospitals and government agency that provide Thai traditional medical service.

2) The first three marketing mix factors that affecting decision making for getting massage service are; the people factor or experienced masseuse was ranked the highest, followed by service factor which referred to the standardized massage designated by Ministry of Health and appropriate price with service quality.

3) Marketing Mix Strategy for massage for health group, Wat Khao Kaew community, Muang district, Tak province; the following elements were ranked as the three highest. The first one is the people or service provider by encouraging to develop service providers in all steps and service types. For the knowledge and technique will create different duties and specialization of the individuals. Next is service and product, will increase a variety of service that covering the target group. Including creating product that owned by the group with value added. Lastly, improving and decorating physical evidence by making the unique massage room representing the story of the group.

Keywords: Strategy, Marketing Mix, Massage for health group, Participation

บทนำ

นวดไทยถือเป็นมรดกภูมิปัญญาที่เป็นศาสตร์และศิลป์ทางการแพทย์ดั้งเดิมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่นและพระพุทธศาสนาและเป็นการรักษาทางเลือกควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพตามแบบแผนตะวันตกสมัยใหม่ มีองค์กรที่ส่งเสริมและพัฒนานการนวดมากกว่า 50 องค์กร อาทิสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย รวมถึงภาควิชาชีพได้แก่ สภาการแพทย์แผนไทย และยังมีสถาบันการเรียนการสอนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพทั่วประเทศ มีการใช้นวดไทยในการดูแลสุขภาพในครัวเรือนและชุมชนทั่วทุกภาคของประเทศ มีหมอนวดพื้นบ้านทั้งประเทศรวม 25,205 คนมีบุคลากรสถานประกอบการเอกชนที่ให้บริกการนวดไทยเพื่อการบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพทุกจังหวัด นอกจากจะได้รับความนิยมในประเทศไทยแล้ว ยังเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความนิยมเดินทางมาใช้บริการแล้วมีจำนวนมากที่สมัครเรียนนวดแผนไทยในสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะที่วัดโพธิ์มีผู้สำเร็จวิชานวดแผนไทยตำรับวัดโพธิ์ไปแล้วมากกว่า 2 แสนคน จาก145 ประเทศเป็นอาชีพที่สามารถสร้าง

รายได้เป็นจำนวนมากแก่มหอนวดแผนไทยตามเมืองใหญ่ทั่วโลกเช่นนิวยอร์กลอนดอนและฮ่องกง (อิทธิพลคุณ ฌปल्लीม,2562) และกรมการแพทย์ฯได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนานวดไทย(ฉบับที่1) พ.ศ.2563-2565 ซึ่งผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเป็นกำหนดทิศทางขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามแผนปฏิรูปประเทศโดยมีแนวทางสำคัญคือ การสร้างมาตรฐานนวดไทยทั้งในด้านองค์ความรู้หลักสูตรรวมถึงระบบบริการนวดไทยให้เป็นที่ยอมรับตั้งแต่ในระดับชุมชนซึ่งเป็นต้นกำเนิดภูมิปัญญานวดไทยสถานพยาบาลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพและในระดับสากลมีการสร้างอัตลักษณ์นวดไทยสู่ระดับโลกได้แก่การยกย่องเชิดชูเกียรติหมอไทยแห่งชาติสาขานวดไทย สร้างพิพิธภัณฑ์การนวดไทยและรูปหล่อฤๅษีคัตตนขนาตใหญ่เป็นแลนด์มาร์คของกรุงเทพฯ “นวดไทยเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในชาติอีกทั้งยังอนุรักษ์ภูมิปัญญานวดไทยให้อยู่คู่กับสังคมไทยคนไทยและทั่วโลกจะได้จดจำว่าวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2562 นวดไทยได้ขึ้นทะเบียนเป็นรายการตัวแทนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติจากองค์การยูเนสโก (ปราโมทย์ เสถียรรัตน์,2562)

จังหวัดตากเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีสถานประกอบการที่ให้บริการนวดแผนไทยทั้งภาครัฐเอกชน รวมถึงกลุ่มที่มีองค์ความรู้ด้านแพทย์แผนไทยรวมตัวจัดตั้งขึ้น จำนวนมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำองค์ความรู้ด้านการนวดแผนไทยมาถ่ายทอด ประยุกต์ใช้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนสามารถลดอัตราการว่างงาน ดังเช่นกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว จังหวัดตาก ที่เริ่มต้นรวมตัวกันจัดตั้งเป็นนวดแผนไทยขึ้น โดยมีผู้ก่อตั้ง จำนวน 5 คน ในปี 2545 โดยใช้สถานที่วัดเขาแก้วซึ่งมีความเชื่อว่าเมื่อคนเข้ามาในวัดจะรู้สึกสบายใจ จนถึงปัจจุบันมีหมอนวดทั้งหมด 16 คน และได้จดทะเบียนเป็นสถานประกอบการในปี 2560 ภายใต้ชื่อ นวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว มีนายธงชัย คำพาลักษณ์เป็นประธานและผู้รับใบอนุญาต มีการบริหารงานแบบทุกคนมีส่วนร่วมเช่นการออกความคิดเห็นในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาดังที่เกิดขึ้น เช่นการทำความสะดวก สถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ การทำงานของหมอนวดทำงานทุกวันจะหยุดวันไหนก็ได้ขอให้แจ้งหมอนวดด้วยกัน รายได้เป็นเงินสดในทุกๆวันที่มาทำงาน หลายปีที่ผ่านมาทางโรงพยาบาลของรัฐบาลได้เปิดบริการตรวจรักษาและนวดแผนไทย เบิกจ่ายตรง ไม่มีผลกระทบต่อกำหนดลูกค้า สาเหตุเนื่องจากลูกค้าติดหมอนวดซึ่งหมอนวดมีความเชี่ยวชาญในการนวด ตอนแรกๆมีบางคนหันไปใช้บริการของโรงพยาบาลแต่ก็กลับมาใช้บริการที่นี่เหมือนเดิม ส่วนเรื่องการพัฒนาความรู้ด้านการนวดจะจัดกันเอง ปีละครั้งโดยให้หมอนวดที่มีประสบการณ์มีความเชี่ยวชาญ อบรมถ่ายทอดให้หมอนวดกันเอง การจะไปอบรมกับภาครัฐนั้นเสียเวลาเพราะจะเสียรายได้ ทางเรายังไม่มีการสื่อสารกับลูกค้าทางออนไลน์ ไม่ได้ทำการตลาดเป็นลักษณะการบอกปากต่อปาก อยากพัฒนาให้มีความรู้กับหมอนวดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการนวดเพื่อผ่อนคลาย นวดเพื่อการรักษา การเข้าใจในการทำการตลาด รวมถึงมีเครื่องมือด้านเทคโนโลยีมาช่วยคิดว่าจะมีคนรู้จักมากกว่านี้ สามารถขยายฐานลูกค้า และแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างน้อยเป็นการรักษาลูกค้าเก่าก็ยังดี (จากการสัมภาษณ์นายธงชัย คำพาลักษณ์เป็นประธานและผู้รับใบอนุญาต)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวคณะผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว จังหวัดตาก ควรได้รับการพัฒนาด้านการบริหารจัดการการตลาดเพื่อที่จะสามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนจึงศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว จังหวัดตากแบบมีส่วนร่วม

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก
- 3) เพื่อได้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ขอบเขตปัญหาการวิจัย

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก มีอะไรบ้าง ให้ความสำคัญกับอะไรมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือสมาชิกกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้ว จำนวน 17 คน และผู้ใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้วไม่ทราบจำนวนแน่ชัด

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือสมาชิกกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้ว จำนวน 17 คน และผู้ใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้ว จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้มี 2 ชุด ได้แก่

- 1) แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก
- 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก
- 3) แบบสรุปความเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1) นำแบบสอบถามไปศึกษาคุณภาพโดยด้านความตรง(Validity) โดยการให้คณะกรรมการฝ่ายวิจัยและพัฒนา ตรวจสอบความเที่ยงตรงหรือความตรงในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา(Content Validity) จากนิยามหรือตัวแปร (อรุณี อ่อนสวัสดิ์ , 2551 หน้า 101) และตรวจสอบสำนวนภาษาที่สามารถใช้สื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจน ไม่กำกวม เข้าใจง่าย

2) นำแบบสอบถามไปทดลองให้ผู้ให้บริการ ช่วยพิจารณาลักษณะของการใช้ภาษาและความเข้าใจในความหมายของข้อความแต่ละข้อ

3) ปรับแก้แบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ และกลุ่มผู้ทดลองใช้แบบสอบถาม

4) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับแก้แล้วไปทดลองใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นหรือค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ที่เป็นข้อความแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับผู้ให้บริการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน (2551 หน้า86 ,91) ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543 หน้า209 ,244) ได้กล่าวไว้ตรงกันว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของเครื่องมือควรมีค่าเข้าใกล้ 1.00 หรือ มีค่าสูงกว่า .70 จึงจะถือว่าเครื่องมือนี้มีผลการวัดที่มีความคงที่แน่นอน(หรือมีความเที่ยง) เป็นที่เชื่อถือได้ ผลจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงทั้งฉบับ ของแบบสอบถาม มีค่าสูงกว่า .70 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงเป็นที่เชื่อถือได้ ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.834

5) นำแบบสอบถามที่ได้หลังจากนำไปทดลองใช้มาจัดพิมพ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ

1) ขอความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่มวัดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้ว จำนวน 17 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์

2) ขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการวัดเพื่อสุขภาพวัดเขาแก้วโดยใช้แบบสอบถามสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่การวิเคราะห์เชิงตรรกะ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1) ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค โดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด ของ กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง สรุปลงเป็นประเด็นดังนี้

จุดแข็ง/จุดเด่น คือกลุ่มนวด เป็นการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย เป็นการรวมกลุ่มหมอนวดที่แรกในอำเภอเมือง จังหวัดตาก การให้บริการผ่านการจัดตั้งตามขั้นตอนของหน่วย งานสาธารณสุขจังหวัดที่ควบคุมดูแล มีการกำหนดราคามีความเหมาะสมกับการให้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่ำกว่าคู่แข่ง มีการแข่งขันอย่างชัดเจน สถานที่ของกลุ่มตั้งอยู่ย่านชุมชนสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีการตรวจวัดความดันและซักประวัติก่อนให้บริการและหมอนวดผ่านการอบรมและมีใบรับรองทุกคน สำหรับสิ่งที่เป็จุดอ่อน คือ บุคลากร หรือหมอนวดยังขาดการพัฒนาองค์ความรู้ และเทคนิคการนวดแบบใหม่ๆ เนื่องจากหากไปอบรมก็จะขาดรายได้ ทางกลุ่มไม่มีแพทย์แผนไทยที่ให้การตรวจรักษา การให้บริการยังขาดจุดเด่นในการให้บริการและขาดผลิตภัณฑ์เป็นของกลุ่มรวมทั้งไม่มีการให้บริการแบบเป็นครอสส์ สถานที่อยู่ในวัด ใกล้โรงเรียนบางครั้งมีงานพิธีต่างๆ จะมีเสียงรบกวน อีกทั้ง ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าห้องน้ำ หญิงชายใกล้กันเกินไป และ เบาะนวดและเตียงประคบไม่แยกหญิงชาย ใกล้กันเกินไป ไม่มีการจัดการส่งเสริมการตลาดใดๆ หมอนวดบางคนยังขาด service mind หรือขาดใจรักในการให้บริการ และการจัดห้องหรือบริเวณให้บริการขาดความเป็นเอกลักษณ์และขาดความน่าสนใจ สำหรับโอกาสของทางกลุ่มด้วยทางรัฐบาลเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนในการจัดตั้ง ให้องค์ความรู้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมีอาชีพและคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพโดยแผนไทย และคนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพด้วยศาสตร์ทางแผนไทย มีความมั่นใจในการรักษา และเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าทำให้คนเข้าถึงข้อมูล และ อุปสรรคของกลุ่มที่สำคัญคือผู้ประกอบการและโรงพยาบาลเปิดให้บริการซึ่งได้เปรียบเรื่องการบริการทั้งการรักษาและผ่อนคลาย โรงพยาบาลมีแพทย์แผนไทยประจำ และข้าราชการหรือข้าราชการบ้านสามารถเบิกจ่ายได้

2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตากพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตากจำแนกรายด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน อันดับแรกด้านบุคลากร รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ และ ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ด้าน อันดับแรกด้านกระบวนการ รองลงมาด้านสถานที่และด้านลักษณะทางกายภาพ และอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือด้านโปรโมชั่น

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอันดับแรกคือการนวดได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข รองลงมาการนวดช่วยผ่อนคลาย และการนวดมีความปลอดภัยต่อร่างกาย ตามลำดับ

ด้านราคา ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอันดับแรก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ รองลงมา มีการแจ้งอัตราค่าบริการชัดเจนก่อนรับบริการและการบริการที่ได้รับคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ตามลำดับ

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการรองลงมา มีสถานที่จอดรถเหมาะสมเพียงพอและห้องนวดมีทั้งห้องปรับอากาศ และห้องธรรมชาติตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ อันดับแรกคือ มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การบริการเพิ่มเวลาการนวด แคมเปญพิเศษฟรี เป็นต้น รองลงมา มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลากหลาย เช่น Face book และมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น การลดราคาตามลำดับ

ด้านบุคลากร/พนักงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือ มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในการนวด/ให้บริการ รองลงมา มีใบรับรองการนวดจากกระทรวง และมีอัธยาศัยดี เป็นมิตร และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรก มีการทวนการให้บริการก่อนทุกครั้ง ที่ให้บริการ รองลงมา ก่อนให้บริการ มีการตรวจวัดความความดัน ชักประวัติอย่างละเอียด และขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรก คือ อุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด อันดับแรกคือ รองลงมา การจัดเรียงอุปกรณ์ต่างๆ มีความเป็นระเบียบ และบริเวณโดยรอบมีความสะอาดตามลำดับ

3) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตากจากการศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จากส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพของชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก นั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาสรุปและจากการบูรณาการทฤษฎีการตลาดบริการ 7P 'S ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว
อำเภอเมือง จังหวัดตาก

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)/ 2. การบริการ (Service)	ด้านผลิตภัณฑ์(Product)/การบริการ(Service)ทางกลุ่มให้ ความสำคัญ มาเป็นอันดับสองโดย 1. เพิ่มประเภทการบริการ และกำหนดให้ชัดเจน เช่นการนวดเพื่อ การผ่อนคลาย นวดเพื่อการรักษา เป็นต้น 2. เพิ่มเทคนิค เพิ่มอุปกรณ์ในการนวด การอบประคบ ให้มากขึ้น 3. ผลิตผลิตภัณท์ที่เป็นตราของกลุ่มนวดเอง เพื่อเพิ่มรายได้แก่ สมาชิกในกลุ่มมากขึ้น เช่น ยาหม่อง น้ำมัน ยาดม ลูกประคบ พร้อมมีแบรนด์ เป็นของตนเอง เป็นต้น 4. สร้างจุดเด่นในการบริการให้ชัดเจนมากขึ้น 5. เพิ่มมูลค่าของการให้บริการและผลิตภัณท์ของกลุ่ม
ด้านราคา(Price)	1. พิจารณากำหนดราคาของการให้บริการรวมถึงผลิตภัณท์ของ กลุ่ม โดยอิงกับประเภทการให้บริการบุคลากร วัตถุดิบ คู่แข่งขัน และกลุ่มเป้าหมาย 2. ป้ายกำหนดหรือแสดงราคาของการให้บริการ ปรับให้มีความ ทันสมัยมากขึ้น
ด้านสถานที่/ช่องทางการจัด จำหน่าย (Place/Distribution)	1. ด้านสถานที่ตั้งของกลุ่มอยู่ในย่านชุมชน สะดวกในการเดินทาง เพิ่มป้ายทางเข้าให้มีเอกลักษณ์ และให้เด่นชัดเพื่อดึงดูดความ สนใจ 2. ปรับปรุงห้องนวด ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอบประคบ ห้องอบ สมุนไพร โดยแบ่งชัดเจนสำหรับลูกค้า หญิง ชาย เพื่อความ สะดวกสบาย ความมั่นใจในความปลอดภัยและความสบายใจของ ผู้ใช้บริการ 3. เพิ่มการให้บริการนอกสถานที่ 4. เพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าให้มีความสำคัญกับสื่อ Social มากขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่ม 5. สถานที่ตั้งของกลุ่มอยู่ในวัด ใกล้โรงเรียน ต้องกำหนดขอบเขต และที่จอดรถให้ชัดเจน เพื่อความไม่สับสนของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 1 แสดงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว
อำเภอเมือง จังหวัดตาก (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
ด้านส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	1. ทางกลุ่มให้ความสำคัญในการเพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อให้รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเช่นจัดทำ แผ่นพับโบชัวร์ พัฒนา Facebook ของกลุ่มให้มีข้อมูลเป็นปัจจุบัน หรือเพิ่มการแนะนำกลุ่ม การดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรไทยเป็นต้นและอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้บริการใหม่ 2. จัดทำแพ็คเกจหรือคอร์สการให้บริการเช่น การนวด เพื่อผ่อนคลายและ อบประคบสมุนไพรเป็นต้น
ด้านกระบวนการ(Process)	1. ปรับกระบวนการ การให้บริการทุกขั้นตอนให้มีความชัดเจน สะดวกรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน และถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ 2. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการเช่นการจ่ายผ่านApplication ต่างๆ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านลักษณะทางกายภาพเป็นด้านที่ สามที่กลุ่มให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการทางกลุ่มต้องปรับและตกแต่ง จัดระเบียบสถานที่วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงห้องให้บริการแต่ละประเภทให้มีเอกลักษณ์รวมถึงสื่อเรื่องราวต่างๆตามที่กลุ่มได้ก่อตั้งและพัฒนาขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1) กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้วอำเภอเมือง จังหวัดตาก มีจุดแข็งเป็นการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย และเป็นการรวมกลุ่มหมอนวดที่แรกในอำเภอเมือง จังหวัดตาก มีหมอนวดที่มีประสบการณ์ น่าเชื่อถือ จึงเป็นที่รู้จักและมีกลุ่มผู้ใช้บริการหรือฐานลูกค้าเดิม แต่มีจุดอ่อนในเรื่องต้องการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆของหมอนวด และการออกไปรับงานเองของหมอนวด อีกทั้งผู้รับใบอนุญาตยังขาดองค์ความรู้และความชำนาญในการบริหารจัดการ สำหรับ โอกาสคือคนหันมาดูแลสุขภาพด้วยวิถีทางการแพทย์แผนไทยมากขึ้น และอุปสรรคที่สำคัญคือโรงพยาบาลหรือหน่วยงานของรัฐบาลที่เปิดให้บริการรักษา ดูแลด้วยศาสตร์การแพทย์แผนไทยรวมถึงผู้ใช้บริการสามารถเบิกค่าใช้จ่ายจากต้นสังกัดที่เป็นหน่วยงานราชการได้

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 อันแรก ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือด้าน บุคคลากรหรือหมอนวดเพราะมีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในการนวดมานาน รองลงมาเป็นด้านการบริการคือการให้บริการการนวดได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และด้านราคาการให้บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ

3) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก 3 อันดับแรกที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุด คือด้านบุคลากร หรือผู้ให้บริการ หรือหมอนวดที่อยู่ทุกขั้นตอนของการให้บริการ มีใจรักในการบริการ พัฒนาคณะความรู้เพื่อสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รองลงมาการให้บริการและผลิตภัณฑ์ จะเพิ่มการบริการให้มีความหลากหลาย สร้างผลิตภัณฑ์ มีแบรนด์เป็นของกลุ่มพร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการและผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์อันดับที่สามคือลักษณะทางกายภาพปรับและตกแต่ง จัดระเบียบสถานที่ให้เป็นสัดส่วน วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงห้องให้บริการแต่ละประเภทให้มีเอกลักษณ์ รวมถึงสื่อเรื่องราวต่างๆตามที่กลุ่มได้ก่อตั้งและพัฒนาขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากวิจัยครั้งนี้พบว่ากลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้วอำเภอเมือง จังหวัดตาก มีจุดแข็งที่มีหมอนวดที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญน่าเชื่อถือซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดมั่นใจ อีกทั้งสถานที่สะดวกสบายในการมาใช้บริการส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ส่วนเรื่องของอุปสรรคที่สำคัญของทางกลุ่มคือผู้รับใบอนุญาตที่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการขาดความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ(ลินจง โพชารี, 2560, 138, 140) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม และพบว่าลูกค้ามาใช้บริการแล้วเกิดความมั่นใจ และพึงพอใจจากจุดแข็งคือหมอนวดมีความชำนาญและเชี่ยวชาญ และอุปสรรคในการบริหารจัดการคือเจ้าของกิจการยังขาดประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินงาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 อันดับแรกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุดคือด้านบุคลากรหรือหมอนวดเพราะมีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในการนวดมานาน รองลงมาเป็นด้านการบริการคือการให้บริการการนวดได้มาตรฐานตามกระทรวงสาธารณสุข และด้านราคาการให้บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมพิศ กองอังกาบ, อโณทัย งามวิชัยกิจและลัดดา วัจนะสาลิกากุล 2559, 295) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหารที่พบว่าส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก 3 อันดับแรกที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คือด้านบุคลากร รองลงมาการให้บริการและผลิตภัณฑ์ และลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับ(วัชรินทร์ สนิท, จักรพันธ์ ชัยทัศน์ และ คณิดา เพ็ชรรัตน์, 2564) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ที่มีผลต่อการเข้ารับบริการด้านการแพทย์แผนไทย) พบว่า การบริการ บุคลากร มีผลต่อการเข้ารับบริการอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก ที่จะได้นำไปปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ สร้างจุดขาย และสร้างความแตกต่างเพื่อรักษาผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเดิม รวมถึงขยายกลุ่มลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเชิงลึกด้านการสร้างและเพิ่มแบรนด์ มูลค่าเพิ่มให้กับบริการและผลิตภัณฑ์กลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก

2.2 ศึกษาการใช้เทคโนโลยีกับการบริหารกลุ่มนวดเพื่อสุขภาพชุมชนวัดเขาแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดตาก

บรรณานุกรม

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน.(2551) การประยุกต์ใช้SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่2. กภาพสินธุ์: ประสานการพิมพ์.

ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2543. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551).ระเบียบวิธีวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาวิทยาลัยนเรศวร. พิษณุโลก.

ลินจง โพธารี(2560). ความพึงพอใจต่อการให้บริการนวดแผนไทยในเขตเทศบาลเมือง

มหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 141 ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม- มิถุนายน 2560).

สมพิศ กองอังกาบ อโณทัย งามวิชัยกิจและ ลัดดา วัจนะสาธิตากุล (2559). ปัจจัยส่วนประสม

การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 11 ฉบับที่ 3 (กันยายน – ธันวาคม 2559).

วัชร มั่นสนธิ ,จักรพันธ์ ชัยทัศน์และคณิดา เพ็ชรรัตน์. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเข้ารับบริการด้านการแพทย์แผนไทย. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปี ที่ 13 ฉบับที่ 25 มกราคม - มิถุนายน 2564

อิทธิพลคุณ ฌป्लीม. (2562). **ทิศทางและนโยบายการพัฒนาวัฒนธรรม**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก :
https://www.thaipost.net/main/detail/52398?read_meta=%7B%22label%22%3A%22articlepage_number1%22%2C%22group%22%3A%22%22%7D
(2563,1 ธันวาคม)

ปราโมทย์ เสถียรรัตน์(2562). **แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนานวดไทย(ฉบับที่1) พ.ศ.2563-2565**.(ออนไลน์).สืบค้นจาก :
https://www.thaipost.net/main/detail/52398?read_meta=%7B%22label%22%3A%22articlepage_number1%22%2C%22group%22%3A%22%22%7D
(2563,9 ธันวาคม)