

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย

อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Bo Sang Thai

Massage, Amphoe San Kamphaeng, Changwat Chiang Mai

วัชรา ฤทธิสินธุ์ และอรชร มณีสงฆ์*

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 382 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อายุ ปี เท่ากัน การศึกษาสูงสุด 50-ปี และ 41 40-31 ระดับปริญญาตรี อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สาเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการเพื่อคลาย นวดไทย คือความปวด/เมื่อยล้า ประเภทบริการนวดไทยที่เคยใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ นวดไทย การมาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยครั้งนี้เพราะนวดเป็นประจำอยู่แล้ว เมื่อมีโอกาสจึงมาใช้บริการ และเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่ร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยเพราะมีคนแนะนำ และในการตัดสินใจใช้บริการ ตนเอง ช่วงเวลาที่ใช้บริการแล้วแต่โอกาส และวันที่ใช้บริการแล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน สำหรับความถี่ในการใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยเดือนละ ครั้ง โดยระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง 22 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการในแต่ละครั้งต่อคน 201-300 บาท และไปใช้บริการคนเดียว ลักษณะการเลือกซื้อบริการคือซื้อบริการต่อครั้งแบบรายชั่วโมง การหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยจากคนรู้จัก ลักษณะการตัดสินใจเลือกใช้บริการเลือกตามคำแนะนำของผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน สำหรับความคิดเห็นต่อการให้บริการของร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยแตกต่างจากที่อื่นและจะกลับมาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยอีกแน่นอน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อบัจจัยย่อย ในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้ บัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ร้านนวดได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย บัจจัยด้านราคา คือ มีการแจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจน บัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก บัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป บัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี บัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีการบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่คาดหวัง บัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ คือ มีเครื่องปรับอากาศ เย็นสบาย ไม่อึดอัด

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความหลากหลายของการให้บริการ เช่น บริการนวดเท้า นวดตัว นวดสมุนไพร นวดน้ำมัน เป็นต้น ปัจจัยด้านราคา คืออัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ ร้านตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือการบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่คาดหวัง ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ คือ เครื่องปรับอากาศ เย็นสบาย ไม่มีอึดอัด

การวิเคราะห์ที่ใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก และสถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัยและเพียงพอ

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate customer satisfaction towards marketing mix of Bo Sang Thai Massage, Amphoe San Kamphaeng, Changwat Chiang Mai. Samples of this study were identified to 382 Thai customers of the studied shop. Questionnaires were used as the tool to collect data. The data obtained were, then, analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, and mean.

The findings presented that most respondents were married female, whose age was equally found in the ranges of 31–40 years old and 41–50 years old. Their education background was bachelor's degree. They were entrepreneur/self-employed and earned monthly income at the average amount of 10,001–20,000 Baht. Significant reason of having Thai massage service was to relief themselves from painfulness/exhaustion. Type of massage that they chose at Bo Sang Thai Massage was Thai massage. The respondents revealed that they regularly took massage service, thus, when they had a chance like this time; they came to get massage service at the studied massage shop. They selected Bo Sang Thai Massage because of a recommendation from acquaintance and made decision to get massage service from this shop by themselves. They came to the shop on uncertain date and time, at the frequency of 2 times per month. In each time, they took 2 hours for massage service with an average expense of 201–300 Baht (per person). They normally came to take the service alone and selected hourly-based service. They learned about Bo Sang Thai Massage from acquaintance and revealed that the recommendation from its previous customer influenced their decision making. They agreed that the services of Bo Sang Thai Massage were different from other massage shops and they would certainly return to get massage services from Bo Sang Thai Massage.

The results demonstrated that elements of each service marketing mix factor that the respondents rated at the highest level of importance were listed as follows. In product factor, it was standard and safety of the shop. In price factor, it was clear announcement on costs of services. In place factor, it was convenient location to transport.

In promotion factor, it was discount coupon for the next service. In people factor, it was politeness and friendliness of staff. In process factor, it was to end a service within an expected period. In physical evidence factor, it was an availability of air-conditioner which made atmosphere cool and airy.

The results indicated that elements of service marketing mix factor that the respondents rated their satisfaction at the highest level were listed as follows. In product factor, it was variety of services such as foot massage, body massage, herbal massage, and oil massage. In price factor, it was reasonable cost of service comparing to service quality. In place factor, it was location of the shop being situated near their residence. In promotion factor, it was discount coupon for the next service. In people factor, it was politeness and friendliness of staff. In process factor, it was to end a service within an expected period. In physical evidence factor, it was an availability of air-conditioner which made atmosphere cool and airy.

According to the Important-Performance Analysis: IPA, the results suggested that elements in Quadrant A, which required an urgent improvement, included the convenient location to transport and the adequacy of convenient and safe parking space.

บทนำ

ปัญหาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย หรืออาการเครียด มักจะเกิดขึ้นกับหลายๆ คน โดยเฉพาะเมื่อมีอายุมากขึ้น สาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น การนั่งทำงานนานๆ คอตกหมอน หรือเครียดจากปัญหาเศรษฐกิจ สิ่งเหล่านี้ทำให้ธุรกิจ นวดแผนไทยเกิดขึ้นมากมายเพื่อบรรเทาปัญหาสุขภาพและคลายเครียด

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านนวดแผนไทยนั้นเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่มีการเจริญเติบโตสูง และกำลังได้รับความนิยมนับอย่างมากรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ธุรกิจร้านนวดแผนไทยนั้นทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไทยในด้านการแพทย์แผนไทยด้วย เป็นเหตุผลที่ทำให้นักลงทุนให้ความสนใจในธุรกิจร้านนวดแผนไทยกันมากขึ้น และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ด้วยเหตุผลว่าปัจจุบันคนไทยให้ความสนใจในสุขภาพ ต้องการที่จะแสวงหาความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ การนวดแผนไทยจึงเป็นการดูแลสุขภาพ สุขภาพวิธีหนึ่งที่คนไทยนิยมกัน ธุรกิจนี้จึงมีแนวโน้มในการเจริญเติบโตค่อนข้างสูง

ปัจจุบันแม้ว่าทางการแพทย์มีการพัฒนามากขึ้น มีการคิดค้นยาและวิธีการรักษาที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงมีโรคบางอย่างที่ไม่สามารถรักษาได้ด้วยยา กิน ยาฉีด หรือการผ่าตัดรักษาตามวิธีของการแพทย์แผนปัจจุบัน นอกจากนั้นปัจจุบันคนไทยยังมีการแข่งขันในด้านการงานที่สูงขึ้นทำให้เกิดภาวะความเครียด ประกอบกับการดำเนินชีวิตและสภาพครอบครัวที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมกรบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคสมัยใหม่ได้นิยมหันมาเอาใจใส่ในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น ด้วยเหตุที่ว่าเมื่อมีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงแล้ว ประสิทธิภาพในการทำงานหรือทำกิจกรรมต่างๆ ก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย ด้วยเหตุนี้การใช้บริการธุรกิจประเภทการนวดหรือการทำสปา จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้คนในยุคปัจจุบันให้ความสนใจเป็นอย่างมาก (ณัฐสุกานต์ โพธิพิพิธ, 2556)

ร้านปอสร้างนวดแผนไทย เปิดดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ตั้งอยู่เลขที่ 11/7 หมู่ 7 ตำบลต้นเปา อำเภอ สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเปิดให้บริการนวดแผนไทย นวดเท้า นวดน้ำมัน นวดประคบ ชัดตัวกากกาแพ ชัดพอก สีสิว นวดหน้า ชัดหน้า อบสมุนไพร นวดคลายไขมัน นวดกระชับสัดส่วน ขนาดของกิจการเป็นลักษณะธุรกิจขนาดย่อม โดยสถานที่ให้บริการเป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น 2 คูหา มีจำนวนเตียงให้บริการ ทั้งหมด 15 เตียง มีหมอนวดประจำ จำนวน 10 คน และไม่ประจำ จำนวน 5 คน ลูกค้าส่วนใหญ่ ประมาณ 80% เป็นคนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง อีก 20 % เป็นลูกค้านักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ร้านปอสร้างนวดแผนไทย มีความได้เปรียบทั้งด้านทำเลที่ตั้ง และมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า การให้บริการที่เน้นความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ถึงแม้ว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาของทางร้าน จะไม่ประสบปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าที่ลดลง แต่ก็พบว่าจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก โดยในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนลูกค้า 2,348 ราย ในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนลูกค้า 7,901 ราย และในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 8,366 ราย ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในปี พ.ศ. 2558 มีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 เพียงจำนวน 465 ราย ซึ่งทางร้านปอสร้าง นวดแผนไทยคาดหวังว่าอยากให้ลูกค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี แต่ตัวเลขยังไม่เพิ่มขึ้น ประกอบกับในเขตอำเภอ สันกำแพง มีผู้ประกอบการเปิดสถานบริการนวดแผนไทยเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ หลากหลายทั้งระดับของราคาและประเภทของการให้บริการ เป็นเหตุทำให้เกิดการแข่งขันในด้านต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ มาใช้บริการของตนให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะการแข่งขันในศักยภาพของการให้บริการ และจากการสำรวจร้านที่เปิด ให้บริการในเขตเทศบาลเมืองตำบลต้นเปาพบว่ามีร้านนวดแผนไทยที่เปิดให้บริการอยู่ประมาณ 20 กว่าร้าน โดยเป็นร้าน ที่ได้รับใบอนุญาตให้เปิดธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 1 แห่ง คือ ร้านปอสร้างนวดแผนไทย (ฉัตรสุดา แดงบุญ, 2559: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้บริหารของร้านปอสร้างนวดแผนไทย มีความต้องการที่จะสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งเล็งเห็นถึงความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในทุกๆด้าน ซึ่งหมายความว่านอกจากจะเน้น การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดแล้ว ทางร้านปอสร้างนวดแผนไทย ยังต้องการทราบ ความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการให้มีความเหมาะสม และ สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนท้องถิ่นที่เป็นชาวไทย รวมถึงกลุ่ม ลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในอนาคตที่ต้องการให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความ พึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการบอกต่อขึ้นได้ในอนาคต (ฉัตรสุดา แดงบุญ, 2559: สัมภาษณ์)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด ร้านปอสร้างนวด แผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อร้านปอสร้างนวดแผนไทยโดยตรง โดย สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนการตลาดเพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับกลุ่มลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านปอสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัด เชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้มาเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ ของร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาของการศึกษาเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจ และความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ขอบเขตประชากร และขนาดประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ ใช้วิธีเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าชาวไทยในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 8,366 ราย (ฐานข้อมูลการบันทึกผู้มารับบริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย ณ 31 ธันวาคม 2558)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 (ช่วงความเชื่อมั่น 95%) โดยใช้สูตรคำนวณ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปริดาภิสิทธิ์, 2553) คือ

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{8,366}{1+(8,366) (0.05)^2}$$

$$n = 381.72$$

การศึกษานี้ใช้จำนวนตัวอย่าง จำนวน 382 ราย

วิธีการศึกษา

1) การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 382 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

2) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการร้านป่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของร้านป่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

3) การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์ความสำคัญ และความพึงพอใจ (Importance- Satisfaction Analysis) สำหรับลักษณะของแบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งการวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับความสำคัญ/ความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546)

ค่าเฉลี่ย	การแปลผลจากค่าเฉลี่ย
4.50 – 5.00	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	มีความพึงพอใจ/ความสำคัญน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ความสำคัญ และความพึงพอใจโดยใช้การวิเคราะห์ความสำคัญและสมรรถนะ (Importance-Performance Analysis) (Martilla & James, 1977) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ความพึงพอใจใน จะถูกแบ่งออกเป็น 4 Quadrants โดยวางความสำคัญบนแกน y และความพึงพอใจอยู่บนแกน x สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

Quadrant A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงโดยเร่งด่วน

Quadrant B (Keep up the good work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrant C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำ หรือมีการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ไม่มีความจำเป็นต้องรีบแก้ไขอย่างเร่งด่วน แต่ควรแก้ไขในลำดับต่อไป

Quadrant D (Possible Overkill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นของคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาใช้บริการนวดแผนไทยที่ร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ คือ มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 40.8 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.5 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 55.5 อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี เท่ากัน ร้อยละ 31.4 การศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.8 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 40.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.1 สาเหตุสำคัญที่เลือกใช้บริการนวดไทย คือ เพื่อคลายความปวด/เมื่อยล้า ร้อยละ 50.5 ประเภทบริการนวดไทยที่เคยใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ นวดไทย ร้อยละ 89.8 เหตุผลที่มาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยครั้งนี้ นวดเป็นประจำอยู่แล้ว เมื่อมีโอกาสจึงมาใช้บริการ ร้อยละ 55.2 เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่ร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ มีคนแนะนำ ร้อยละ 25.9 บุคคลที่มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ ตนเอง ร้อยละ 80.6 ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ แล้วแต่โอกาส ร้อยละ 33.8 วันที่ใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ แล้วแต่โอกาส ไม่นแน่นอน ร้อยละ 53.1 ความถี่ในการใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ เดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 43.2 ระยะเวลาในการใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยแต่ละครั้ง คือ 2 ชั่วโมง ร้อยละ 78.0 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย (ต่อคน) ในแต่ละครั้ง 201-300 บาท ร้อยละ 54.5 จำนวนผู้ไปใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย ไปใช้บริการคนเดียว ร้อยละ 55.0 ลักษณะการเลือกซื้อบริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ ซื้อบริการต่อครั้งแบบรายชั่วโมง ร้อยละ 90.9 การหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ คนรู้จัก ร้อยละ 48.4 ลักษณะการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย คือ เลือกตามคำแนะนำของผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน ร้อยละ 35.6 ความคิดเห็นต่อการให้บริการของร้านบ่อสร้างนวดแผนไทยแตกต่างจากที่อื่นหรือไม่ คือ แตกต่าง ร้อยละ 62.8 ความคิดเห็นว่าจะกลับมาใช้บริการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อีกหรือไม่ คือ มา ร้อยละ 98.7

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในภาพรวมในระดับมากทุกปัจจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการในภาพรวมในระดับมากที่สุดคือด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับ คือ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.49 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.29 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ

สำหรับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการในภาพรวมในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.48 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.43 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.20 ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.10 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของต่อส่วนประสมการตลาดบริการของลูกค้าร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ Importance Performance Analysis (IPA)

ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B (Keep up the good Work) ได้แก่ ความหลากหลายของการให้บริการ เช่น บริการนวดเท้า นวดตัว นวดสมุนไพร นวดน้ำมัน เป็นต้น และร้านนวดได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C (Low Priority) ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการนวด ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100% มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ และมีห้องนวดเป็นส่วนตัว

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D Possible Overkill ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการให้บริการของร้านนวดได้รับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B (Keep up the good Work) ได้แก่ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ และมีการแจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจน

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C (Low Priority) ได้แก่ อัตราค่าบริการถูกกว่าร้านนวดอื่นๆ และสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และมีการลดราคาสำหรับสมาชิกหรือลูกค้าประจำ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A (Concentrate Here) ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก และสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและเพียงพอ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D (Possible Overkill) ได้แก่ ร้านตั้งอยู่ใกล้ที่พัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B (Keep up the good Work) ได้แก่ การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C (Low Priority) ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก การโฆษณาทางสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น และการจัดโปรโมชั่น เช่น ลดราคาเมื่อใช้บริการช่วงเช้า ใช้บริการ 4 คน ชำระเงิน 3 คน เป็นต้น

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B (Keep up the good Work) ได้แก่ พนักงานมีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอ และมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ พนักงานมีประกาศนียบัตรการผ่านการฝึกอบรมจากสถาบันที่เชื่อถือได้ และมีพนักงานนวดประจำที่ชื่นชอบ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B (Keep up the good Work) ได้แก่ สามารถโทรศัพท์นัด/จอง ล่วงหน้าได้ มีความรวดเร็วในการรอรับบริการ การบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่คาดหวัง ความต่อเนื่องของการรับบริการในแต่ละขั้นตอน และเวลาเปิด-ปิดของร้านนวดมีความเหมาะสมในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B (Keep up the good Work) ได้แก่ ที่นั่งรอรับบริการมีความสะอาด สบาย สะอาด มีเครื่องปรับอากาศ เย็นสบาย ไม่อึดอัด มีการจัดสถานที่ที่เป็นสัดส่วน เหมาะสมกับการให้บริการในแต่ละประเภท กลิ่นในร้านไม่ฉุน ไม่ฉุนเหม็น และมีการจัดบรรยากาศภายในร้านสวยงาม มีกลิ่นหอม มีเพลงบรรเลงเบาๆ แสงสว่างเพียงพอ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C (Low Priority) ได้แก่ มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และมีเครื่องดื่มไว้คอยบริการ และห้องน้ำสะอาด เพียงพอกับการให้บริการ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D (Possible Overkill) ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่และมีความทันสมัย และมีการตกแต่งหน้าร้านสวยงาม น่าสนใจ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือร้านนวดได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือ ร้านนวดได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการแจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือ มีการแจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือ การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป

ปัจจัยด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดี ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือพนักงานมีความชำนาญในการปฏิบัติงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่คาดหวัง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการรอรับบริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีเครื่องปรับอากาศ เย็นสบาย ไม่อึดอัด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการลำดับแรกคือ มีการจัดสถานที่ดีเป็นส่วนหนึ่งที่เหมาะสมกับการให้บริการในแต่ละประเภท

จากการอภิปรายผลข้างต้นสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสอดคล้องกันคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และที่ไม่สอดคล้องกันคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านป่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านป่อสร้างนวดไทยมากที่สุดคือมีคนแนะนำ ดังนั้น ร้านป่อสร้างนวดแผนไทย จึงควรให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นลูกค้าเก่าต้องสร้างความพึงพอใจโดยการให้บริการที่ดีที่สุดหากการให้บริการดีก็จะมีกรบอกต่อแนะนำให้บุคคลอื่นที่รู้จักมาใช้บริการมากขึ้น

2. จากผลการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการคือ เวลา 13.00-15.59 น. วันเสาร์-อาทิตย์ แต่มีกลุ่มหนึ่งที่ไม่กำหนดเวลาแน่นอนในการใช้บริการคือแล้วแต่โอกาส ดังนั้น ร้านป่อสร้างนวดแผนไทย ควรพิจารณาจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการขายในช่วงวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลาหลัง 16.00 น. เป็นต้นไป เช่น มีส่วนลดราคา สำหรับคนทำงาน เป็นต้น

3. จากผลการศึกษาพบว่า การหาข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้บริการร้านป่อสร้างนวดแผนไทย ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากคนรู้จัก ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และอินเทอร์เน็ต ดังนั้น ร้านป่อสร้างนวดแผนไทย ควรให้ความสำคัญกับการบอกต่อจากคนรู้จักโดยการสร้างบริการที่ดี เน้นการสื่อสารของพนักงานให้รับฟังคำติชมจากลูกค้าเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น สำหรับป้ายโฆษณากลางแจ้งของร้าน ควรมีความชัดเจน สร้างความน่าสนใจ นอกจากนี้ควรพัฒนาข้อมูลข่าวสารของร้านทางอินเทอร์เน็ตอย่างสม่ำเสมอ โดยปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย

4. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ลูกค้าชาวไทยให้ความสำคัญ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ ที่ตกอยู่ใน Quadrant A ของการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) ที่ควรแก้ไขก่อนมีดังนี้

ด้านการจัดจำหน่าย ร้านป่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการจัดสถานที่จอดรถให้สะดวก ปลอดภัยและเพียงพอ ต่อการให้บริการแก่ลูกค้า อาจใช้กลยุทธ์สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ลูกค้าที่มานวดสามารถนำรถไปล้างที่คาร์แคร์ในบริเวณที่ใกล้ๆ ในราคาลด 10% ช่วงที่กำลังนวด รถก็สะอาด มีที่จอด รถปลอดภัย เป็นต้น ส่วนทำเลที่ตั้ง แต่ด้วยข้อจำกัดของสถานที่ อาจใช้กลยุทธ์รุกตลาด ออกให้บริการนวดแผนไทยตามสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ราชการ โรงเรียน องค์กรบริหารส่วนตำบล อำเภอ เป็นต้น เพื่อแก้ปัญหาเรื่องเวลาและการเดินทาง รวมทั้งสถานที่จอดรถ ของลูกค้าที่ต้องการนวดแต่ไม่ยอมออกจากที่ทำงาน นวดเสร็จก็ทำงานต่อ หรือมีการออกนวดตามถนนคนเดิน ซึ่งที่อำเภอสันกำแพง เองก็มีถนนคนเดินกลางคืน ทั้งวันเสาร์ที่ถนนคนเดินสันกำแพง และวันอาทิตย์ที่ถนนคนเดินต้นเปา ซึ่งสามารถเพิ่มความสะดวกสบายให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา ตามความสะดวกของแต่ละคน

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B Keep up the good Work (คะแนนความสำคัญ และคะแนนความพึงพอใจสูง) ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่าศูนย์จะทำได้ดีอยู่แล้ว แต่ก็ควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ดังนี้

ด้านบุคลากร ควรให้ความสำคัญกับพนักงานมีการให้คำแนะนำอย่างเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีประกาศนียบัตรการผ่านการฝึกอบรมจากสถาบันที่เชื่อถือได้ นอกจากนี้การสรรหาพนักงานนวด ผู้ประกอบการอาจใช้วิธีประกาศรับสมัครตามโรงเรียน หรือสถาบันสอนนวดแผนไทยที่มีมาตรฐาน เพราะเป็นแหล่งผลิต

บุคลากรโดยตรง รวมถึงการประกาศรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากพนักงานนวดที่มีฝีมือยังมีจำนวนน้อย ผู้ประกอบการควรมีการคัดเลือกพนักงานนวดที่มีฝีมือ มีการทดสอบการปฏิบัติจริง เพื่อให้ได้พนักงานนวดที่มีคุณภาพ

ในการคัดเลือกพนักงาน ร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง เชียงใหม่ จะต้องคำนึงถึงความชำนาญในการนวดในแต่ละประเภท เช่น นวดตัว นวดฝ่าเท้า เป็นต้น โดยเฉพาะพนักงานนวดผ่อนคลายหรือนวดตัว ควรมีพนักงานที่มีความชำนาญเฉพาะด้านนี้ให้เพียงพอสำหรับบริการลูกค้า พนักงานนวดผ่านการอบรมหลักสูตรการนวดอย่างถูกต้อง ตลอดจนควรได้รับประกาศนียบัตรรับรองว่าได้ผ่านการฝึกอบรมมาแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีการอบรมให้ความรู้เชิงวิชาการ ถึงคุณประโยชน์ของการนวดประเภทต่างๆ ว่าการนวดประเภทใดมีข้อดีอย่างไร เช่น ช่วยผ่อนคลายความเครียดส่วนใดของร่างกาย เป็นต้น เพื่อให้พนักงานสามารถแนะนำลูกค้าให้รับบริการในแต่ละประเภทได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า อีกทั้งควรมีการเน้นย้ำให้พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยนดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า มีการออกแบบชุดทำงานให้กับพนักงานนวดให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สุภาพ เรียบร้อย เหมาะสำหรับการให้บริการ เพราะสิ่งสำคัญที่ดึงดูดใจและสร้างความประทับใจให้ลูกค้า ก็คือการบริการที่ดีที่สุด ตั้งแต่กิริยาท่าทาง การแต่งกายที่สุภาพและสะอาดของพนักงาน การพูดจาไพเราะ การเอาใจใส่ลูกค้า ด้วยความจริงใจ

ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับการโทรศัพท์นัด/จองล่วงหน้าได้ หรือเพิ่มระบบการจองผ่าน Internet ก็เป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถสร้างความแตกต่างคู่แข่ง รวมทั้งให้ความสำคัญกับการบริการที่รวดเร็ว เสร็จสิ้นตามเวลาที่ลูกค้าคาดหวัง

นอกจากนั้นผู้ประกอบการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการจัดพนักงานนวดที่เพียงพอต่อการให้บริการ โดยเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ช่วงบ่าย (13.00 น.-15.59 น.) ควรมีการเพิ่มจำนวนพนักงานนวดให้มากขึ้นจากปกติ เพื่อรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อการให้บริการที่รวดเร็ว ไม่ต้องให้ลูกค้ารอรับบริการนาน มีการให้การบริการเสร็จสิ้นตามเวลาที่คาดหวัง และความต่อเนื่องของการรับบริการในแต่ละชั้นตอน

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับเครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ๆ และมีความทันสมัย มีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และมีเครื่องดื่มไว้คอยบริการ มีเครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ มีการจัดบรรยากาศภายในร้านนวดที่สวยงาม มีกลิ่นหอม มีเพลงบรรเลงเบาๆ จัดแสงสว่างให้เพียงพอ ไม่มีมืดหรือสว่างจนเกินไป ควรมีการตกแต่งร้านให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งชั้น ให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจในการเข้ามาใช้บริการ เช่นในห้องน้ำ หรือห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า มีกระจกและชุดเครื่องสำอางไว้บริการให้ลูกค้าพร้อมออกร้านอย่างเรียบร้อยสวยงาม เสมือนอยู่บ้านแล้วแต่งตัวออกไปทำงานตามปกติประจำวัน หรือตกแต่งวิถีตามความเป็นธรรมชาติ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่างและประทับใจ ในความรู้สึกของลูกค้า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C Low Priority (คะแนนความสำคัญ และคะแนนความพึงพอใจต่ำ) ควรปรับปรุงดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการนวด มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ มีห้องนวดเป็นส่วนตัว และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติจริง 100% การจัดห้องนวด ผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางดังนี้ ควรจัดห้องนวดตามลักษณะการนวดเช่น กรณีนวดตัว เนื่องจากการนวดตัวเป็นบริการที่

ต้องการความเป็นส่วนตัว ไฟในห้องจึงควรปรับความสว่างได้ ผู้ประกอบการอาจกันเป็นห้องถาวร โดยให้บริการห้องละ 1 คน หรือ 2 – 3 คน ถ้าเป็นกลุ่มครอบครัวหรือเพื่อนสนิท หรือผู้ประกอบการอาจกันเป็นห้อง โดยใช้มานทีบที่เลื่อนได้ เพื่อความเป็นส่วนตัว กรณีขนาดฝ่าเท้า โดยปกติ การขนาดฝ่าเท้าจะมีเพียงขนาดฝ่าเท้าโดยเฉพาะ ลูกค้าสามารถนั่งเหยียดขาตามสบาย ผู้ประกอบการอาจวางเตียงขนาดฝ่าเท้าเรียงกัน โดยไม่จำ เป็นต้องกันเป็นห้อง แต่กรณีที่ลูกค้าต้องการความเป็นส่วนตัว ทางร้านอาจใช้เตียงขนาดตัวแทนเตียงขนาดฝ่าเท้า หรือห้องนวดที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่นเครื่องกระตุ้นไฟฟ้า เครื่องสั่นสะเทือน เป็นทางเลือกในตัวผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้เลือกใช้บริการ หรือ เพิ่มเรื่องราวของการนวดแบบอายุรเวท เช่น การนวดกดจุด โดยนำเสนอเป็นรูปแบบกดจุดลมปาน ความเป็นมาตำนานที่มาที่ไป และผลการนวดกดจุดช่วยให้ประโยชน์ด้านต่างๆ ต่อร่างกายได้อย่างไร หรือ การนวดน้ำมันร้อน ที่รวมความพิเศษระหว่างน้ำมัน เทคนิคการนวด และน้ำหนัก เพื่อเป็นการเตรียมร่างกายเข้าสู่ระบบการล้างพิษออกจากร่างกาย ความเหมาะสมกับธาตุต่างๆ ของคนแต่ละธาตุ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งเพิ่มผลิตภัณฑ์เรื่องการสอน เช่น นวดแผนไทย นวดน้ำมัน นวดเท้า เป็นหลักสูตรไป ตามความพร้อมและความเหมาะสม

ด้านราคา ควรให้ความสำคัญกับ อัตราค่าบริการที่พิเศษกว่าร้านนวดอื่นๆ ควรมีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน มีการตั้งราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพบริการ โดยต้องไม่กำหนดราคาที่สูงเกินไป มีการตั้งราคาเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งของลูกค้าในพื้นที่และนักท่องเที่ยว ก่อนการตั้งราคานั้น อาจมีการทำการสำรวจร้านนวดคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียงกัน เนื่องจากในเขตอำเภอสันกำแพงมีการให้บริการร้านนวดเป็นจำนวนมาก ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาการให้บริการได้ อาจมีการให้ส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าใช้บริการนวดเป็นประจำอยู่แล้ว เมื่อมีโอกาสก็จะมาใช้บริการอีก และ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดในเรื่องมีการแจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจน เรื่องอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ และมีการลดราคาสำหรับสมาชิกหรือลูกค้าประจำ และจากผลการศึกษาลูกค้าที่มาใช้บริการร้านนวดแผนไทยจะพบว่าระยะเวลาในการใช้บริการร้านนวดสร้างนวดแผนไทยแต่ละครั้ง 2 ชั่วโมง และมีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง 201 – 300 บาท

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาทางสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น การจัดโปรโมชั่น เช่น ลดราคาเมื่อใช้บริการช่วงเช้า ใช้บริการ 4 คน ชำระเงิน 3 คน เป็นต้น นอกจากนั้นอาจมีการมอบสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การให้คูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป การให้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิก และการโฆษณาทางสื่อ เช่น อินเทอร์เน็ต การกดแชร์ แผ่นพับ ใบปลิว ลงโฆษณาตามนิตยสารแนวสุขภาพ หรือชีวิต เป็นต้น โดยอาจมีประชาสัมพันธ์โดยมีการทำแผ่นพับ ใบปลิว ไปฝากวางบริเวณร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ และแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอสันกำแพง หรือรับสมัครสมาชิก โดยไม่เก็บค่าสมาชิกหรือเสียค่าสมาชิกต่ำ พร้อมให้สิทธิประโยชน์แก่สมาชิก เช่น ส่วนลดแถมการให้บริการ การสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้าหรือบริการ จัดกิจกรรมเพื่อนแนะนำ เพื่อน โดยมีของขวัญให้ ทั้งผู้แนะนำ และผู้มาใหม่ เช่น การให้ส่วนลดทันทีแก่ลูกค้าเดิมที่พาลูกค้าใหม่มาใช้บริการ หรือ ลูกค้าที่พาลูกค้าใหม่มาใช้บริการ 3 คนขึ้นไป ให้บริการนวดฟรี หรือ ส่วนลดให้ ครึ่งหนึ่งของราคาที่ใช้บริการ หรือหาพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น หากลูกค้ามาใช้บริการล้างรถ ช่วงที่จอดรถ ก็สามารถมาใช้บริการร้านนวดสร้างนวด

แผนไทย โดยมีส่วนลดพิเศษให้ และที่สำคัญควรให้ความสำคัญของสังคมออนไลน์ ที่มีต้นทุนที่ต่ำในการส่งเสริมการตลาด เช่นการกดไลด์ กดแชร์ ในโปรแกรมทั้งในคอมพิวเตอร์และมือถือสมาร์ตโฟน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- จักรกฤษณ์ เหลืองถาวรพจน์ และสิงหา บอระเพชร. (2551). *ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปา ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฉัตรสุดา แดงบุญ. (2559, 21 มีนาคม). *หุ้นส่วนผู้จัดการร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย สัมภาษณ์.*
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ณัฐธิกานต์ โพธิพิพิธ. (2556). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านนวดแผนไทยในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่.* (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). *สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย.* กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2555). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สุทธิพร วันเต. (2551). *ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* (การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Martilla, J. A. & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*.