

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนวดแผนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE FACTORS THAT AFFECTED TO SERVICE, CUSTOMER'S SERVICE USING BEHAVIOR AND REPURCHASE INTENTION WITH THAI MASSAGE IN BANGKOK

*วราพงษ์ ท่าชนงษ์, รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมวิญญักษ์**

บทคัดย่อ

¹ การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจนวดแผนไทยหรือผู้ต้องการเข้าสู่ธุรกิจนวดแผนไทย ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างโดยใช้จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้จากนั้นแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทย ตามที่ได้กำหนดจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย สถิติที่ใช้ โดยใช่แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ทั้งนี้ได้ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบ Pearson การวิเคราะห์ค่า t และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ขนาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้าน

*นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
**อาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กายภาพ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28, 4.25, 4.24, 4.22, 4.22, 4.23 และ 4.22

Abstract

This research's objectives were 1) To study the customer demographics that affected to the purchasing behavior. 2) To study the marketing mix that affected to the purchasing behavior 3. To study the relation between purchasing behavior and customers' perception of Brand Equity. The Population in this research is Starbucks Coffee (Thailand) customers in Bangkok.

The Research method is questionnaire that created from concepts, theories and related researches. The study showed that there are 400 sampling were in high level ($\bar{x} = 3.77$). When consider with each factors found that Staff are knowledgeable in providing service., Staff are friendly, Staff has good communication skill with customers, Staff well know all types of coffee, and Staff are enthusiastic in giving service. All of the factors were in high level with a mean of 3.92, 3.87, 3.77, 3.71 and 3.63 by random order.

บทนำ

จากสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทั่วโลก จึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือ การบริการของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กล่าวคือผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคามากขึ้น มีอำนาจในการซื้อลดลง ค่านึงถึงปริมาณและคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับราคามากขึ้น เกิดการจืดจางในตรา

สินค้าน้อยลง ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการต้อง คำนึงถึงความสามารถ ในการแข่งขันที่จะสามารถ ดึงดูดลูกค้าและสร้างผลกำไร ในภาวะที่การแข่งขันทาง ธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการต้องพยายาม ค้นหากลยุทธ์ต่าง ๆ และนำมาปรับเปลี่ยนเป็นกลยุทธ์ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์และธุรกิจของตน เพื่อ สามารถยืนหยัดต่อสู้กับการแข่งขันได้ ในปัจจุบัน สังคมไทยเริ่มให้ความสำคัญและใส่ใจต่อสุขภาพและ ความสวย ความงามที่เน้นวิถีธรรมชาติมากขึ้น ค่านิยมเหล่านี้แพร่กระจาย และขยายวงกว้างมากขึ้น ทำให้ธุรกิจสุขภาพและความงามเป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวาง และหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูงคือ การนวดแผนไทย ยิ่งในนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น ในสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเยอรมัน การนวด แผนไทยได้รับความนิยมสูงในสหรัฐอเมริกาอย่างต่อเนื่องอีกทั้งการนวดแผนไทยยังมีกรขยายตัวไปตาม สถานที่ต่าง ๆ ทั้งโรงแรมชั้นนำ โรงพยาบาล สนามบิน สถานบริการสปา สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งมีจำนวน นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทุกปี

การนวด แผนไทยเป็นการนวดหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก ที่สำคัญเป็นการ อนุรักษ์มรดก ความเป็นไทยซึ่งมีประวัติมายาวนานและมีลักษณะ เด่นเฉพาะตัว สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจของ ประเทศในขณะนี้ และกระแสดความนิยมของการหัน กลับมาใช้ธรรมชาติบำบัดที่เพิ่มขึ้น รัฐ บาลได้ตอบรับ กระแสความต้องการโดยจัดตั้งกรมพัฒนาการแพทย์ แผนไทย และการแพทย์ทางเลือกขึ้น ทำให้การนวดเป็น สิ่งสำคัญและมีการจัดทำมาตรฐานทั้งของผู้ให้บริการ นวด สถานประกอบการนวด ตลอดจน สปา เพื่อให้เป็น ที่ยอมรับและยกระดับสู่สากล การให้บริการนวดแผน ไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจ

ด้านสุขภาพในการนวดของพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม และการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม มากที่สุด รองลงมาคือการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการและการให้บริการตรงความต้องการของลูกค้า และส่วนใหญ่สาเหตุที่นักท่องเที่ยวสนใจนวดแผนไทย เพื่อผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกโดยใช้บริการนวดทั้งตัวมากที่สุดและจะแนะนำไปบุคคลอื่นมาใช้บริการด้วย

ผู้ศึกษาเห็นว่าหากผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยสามารถทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการต่างๆ เช่น การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ การจัดสรรบุคลากร การเข้าถึงยุทธ์ทางการตลาด เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติให้มากที่สุด เพราะหากผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจไปโดยไม่รู้ตัว ผู้บริโภคต้องการอะไร ย่อมทำให้การดำเนินธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จได้ยาก

งานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร, ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจนวดแผนไทยหรือผู้ต้องการเข้าสู่ธุรกิจนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่อาศัยการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยดำเนินการศึกษาใน 2 ลักษณะคือ

ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) และการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ให้บริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 107,524 คน เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนซึ่งขนาดตัวอย่างคำนวณได้ โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane.1967) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ทั้งนี้ ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยการเลือกที่สถานีต่างๆ ของรถไฟฟ้าบีทีเอส เนื่องจากสถานีดังกล่าวมีประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และขั้นที่ 2 ใช้วิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง อย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) โดยเก็บกับผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดช่วงห่างเท่าๆ กัน

โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐาน ในการศึกษาช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นโดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แบบ ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้บริการนวดแผนไทย และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นหาข้อมูลจากเอกสารและวารสารที่สามารถอ้างอิงได้

ผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขต และเนื้อหาให้ครอบคลุมกับจุดมุ่งหมาย จำแนกออกเป็น 5 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ โดยแบ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) แบบมี 2 คำตอบ (Dichotomous Questions) และมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลมีรายละเอียดย่อยจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นสเกลมาตราส่วนแบ่งประมาณค่า Ratio Scale แล้วนำมาจัดอันดับหรือข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ข้อที่ 3 สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นสเกลมาตราส่วนแบ่งประมาณค่า Ratio Scale แล้วนำมาจัดอันดับหรือข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) และข้อที่ 6 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 การรับรู้ในคุณภาพการบริการนวดแผนไทย ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ใจกว้างใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และด้านเข้าใจ รู้จัก รับผิดชอบต่อความต้องการของผู้รับบริการ ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า

(Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) จำนวน 20 ข้อ ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลอัตราภาคขั้น (Interval Scale) ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 จำนวนครั้งที่ท่านมาใช้บริการนวดแผนไทยต่อเดือน โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ข้อที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการนวดแผนไทย โดยเฉลี่ยบาทต่อครั้ง โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ข้อที่ 3 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุดในการเลือกมาใช้บริการนวดแผนไทยโดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และข้อที่ 4 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านเลือกมาใช้บริการนวดแผนไทย โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ตอนที่ 4 ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของมาใช้บริการนวดแผนไทยจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ความตั้งใจในการมาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งต่อไป โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) และข้อที่ 2 ประทับใจจนต้องบอกต่อเพื่อน หรือคนรู้จักหรือไม่ โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินธุรกิจนวดแผนไทยหรือผู้ต้องการเข้าสู่ธุรกิจนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างและการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ พฤติกรรมการให้บริการ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของมาใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2. สร้างแบบสอบถามในเรื่องคุณภาพการให้บริการ พฤติกรรมการให้บริการ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของมาใช้บริการนวดแผนไทยจำนวน 36 ข้อ เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร 3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมการวิจัยตรวจสอบเพื่อหาความเที่ยงตรง โดยตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และความครอบคลุมตามเนื้อหา ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และ 4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้โดยสารที่มาใช้บริการนวดแผนไทยที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของ Cronbach (α -Coefficient)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 แบบ คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้บรรยายปัจจัยด้านประชากรด้านคุณภาพการให้บริการ พฤติกรรมการให้บริการความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ปัญหาและอุปสรรคของการใช้บริการนวดแผนไทยโดยใช้การ

แจกแจงความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อนำเสนอแบบสถิติพรรณนาส่วนการศึกษาเพื่อหาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามเพื่ออธิบายคุณลักษณะกลุ่มตัวอย่าง คือ หาค่าความถี่ (Frequency) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ตอนที่ 3 พฤติกรรมการให้บริการ ข้อที่ 3 - ข้อ 4 หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ตอนที่ 3 พฤติกรรมการให้บริการ ข้อที่ 3 - ข้อ 4 หาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 การรับรู้ในคุณภาพการบริการ ตอนที่ 3 พฤติกรรมการให้บริการ ข้อที่ 1 - ข้อที่ 2 และตอนที่ 4 ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของบริการนวดแผนไทยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 การรับรู้ในคุณภาพการบริการ ตอนที่ 3 พฤติกรรมการให้บริการ ข้อที่ 1 - ข้อที่ 2 และตอนที่ 4 ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของบริการนวดแผนไทย ต่อมาคือ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการให้บริการ (ข้อที่ 1 - ข้อที่ 2) การใช้บริการนวดแผนไทยต่างกัน จะทดสอบโดยใช้ค่าสถิติวิเคราะห์ค่า T-test (Independent Sample T-test) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันสำหรับตัวแบบ

ด้านเพศและจะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์ F-test (Independent Sample F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance) และ Brown-Forsythe เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ถ้าหากว่าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วจะต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, 332 – 333)

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ในคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ใ่วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ และด้านเข้าใจ รู้จัก รู้จักความต้องการของผู้รับบริการ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ (ข้อที่ 1 – ข้อที่ 2) และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Regression Analysis วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และสมมติฐานข้อที่ 3 เพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ จำนวนครั้งในการเดินทางต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 21-30 ปี รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป มีสถานภาพโสด รองลงมาคือสถานภาพสมรส และสถานภาพหม้าย/ อยากร้าง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รองลงมา 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาทจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านความถี่ในการมาใช้บริการ (ครั้ง/ เดือน) แตกต่างกัน สอดคล้องงานวิจัยของ อัญชลี สุขานนท์สวัสดิ์ (2548) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมมาใช้บริการของลูกค้าโรงแรมรอยัลริเวอร์ พบว่า พฤติกรรมความถี่การเข้าพักในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

ด้านทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่า ทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน กล่าวคือ “ด้านผลิตภัณฑ์” ผู้รับบริการมีทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีทักษะคิดอยู่ในระดับดีมาก ด้านราคา ผู้บริโภคมีทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีทักษะคิดอยู่ในระดับ ดีมาก คือ ความหลากหลายของราคาให้เลือกตามความต้องการ และมีความคุ้มค่ากับคุณภาพของกาแฟ และข้อที่ผู้บริโภค มีทักษะคิดอยู่ในระดับ ดี คือ ราคามีความเหมาะสม และป้ายสินค้าบอกราคาที่ชัดเจน

ด้านสถานที่ ผู้รับบริการมีทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสถานที่จัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้รับบริการมีทักษะคิดอยู่ในระดับ ดีมาก คือ ลักษณะรูปแบบมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว บ่งบอกถึงความเป็นร้านนวัตกรรมไทย และข้อที่ผู้บริโภคมีทักษะคิดอยู่ในระดับ ดี คือ มีสาขาบริการกระจายอย่างทั่วถึง ป้ายชื่อร้านสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ลักษณะที่ตั้งร้านมีทำเลที่เหมาะสม และสถานที่จอดรถมีเพียงพอและจอดได้สะดวก

ด้านบุคคล ผู้รับบริการมีทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคมีทักษะคิดอยู่ในระดับ ดี คือ มีความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นกันเอง (แต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย) สามารถแนะนำสินค้าให้กับผู้รับบริการได้อย่างชัดเจน มีจำนวนบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี และมีการให้บริการอย่างรวดเร็วทันใจ

ด้านกระบวนการ ผู้รับบริการมีทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการขายโดยรวมอยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้รับบริการมีทักษะคิดอยู่ในระดับ ดีมาก

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย ทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ของผู้บริโภค ร้านนวัตกรรมไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ที่ทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง พบว่าความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงาน/บุคลากร กับ การ มีพนักงานที่ให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อม
2. ทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านความถี่ในการมาใช้บริการ (ครั้ง/เดือน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพรัตน์ มณีเขียว (2555) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสวนสนุกดิเอ็มวีเวิลด์และสวนสยาม ของผู้บริโภค พบว่าทักษะคิดต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน/บุคลากร ด้านกระบวนการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ
3. พฤติกรรมการใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการด้านการมาใช้บริการในอนาคต ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และความถี่ในการมา

ใช้บริการ (ครั้ง/เดือน) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการ ด้านการมาใช้บริการในอนาคต

4. พฤติกรรมกรใช้บริการ กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการ ด้านการแนะนำหรือบอกต่อด้านความถี่ในการมาใช้บริการ (ครั้ง/เดือน) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรใช้บริการ ด้านความถี่ในการมาใช้บริการ (ครั้ง/เดือน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรินทร์ ดอกกะฐินสอด (2549) ที่ทำการศึกษารื่อง พฤติกรรมกรใช้บริการและแนวโน้มการกลับมาใช้บริการนวดแผนโบราณ กรณีศึกษาบริษัท สยามสราญรมย์ จำกัด พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการนวดแผนไทยด้านการแนะนำกรบริการให้แก่ผู้อื่น มีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมกรใช้บริการนวดแผนโบราณ ด้านจำนวนครั้งในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการพัฒนาบุคลากรนวดที่ได้มาตรฐานสามารถรองรับกับความต้องการของผู้ใช้บริการทั้งชาวไทยและต่างชาติ
2. ควรมีการเผยแพร่การนวดแผนไทยไปสู่ระดับนานาชาติมากขึ้น รวมไปถึงอธิบายวัตถุประสงค์ในการนวดแท้จริงไม่ใช่แค่ผ่อนคลายเท่านั้น ยังสามารถบำบัดรักษาโรค เช่น โรคเครียด เคล็ดขัดยอกต่างๆ และมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ ขั้นสูงด้วย SPSS for Windows (พิมพ์ครั้งที่ 3).

กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการไชสถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.

ฐปนลักษณ์ อินชวณจิ๋ว. (2554). ความรู้สึกเป็นสุข และแรงจูงใจในการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับ

ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. พฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

Yamane, Taro. (1967). Statistics: An Introductory Analysis. New York: Harper & Row.