

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาว สุชาวดี สุทธิคณีง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเจดีย์	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ	กรรมการ
อาจารย์ นิตยา วัฒนคุณ	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และปัญหาของการใช้บริการนวดแผนโบราณของผู้บริโภคชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จากผู้บริโภคชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนโบราณ ตามสถานบริการนวดแผนโบราณ 19 แห่ง รวมทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามสัดส่วนของพนักงานนวดของสถานบริการนวดแผนโบราณแต่ละแห่ง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ผลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS/PC+ สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และฐานนิยม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี สมรสแล้ว มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,100 – 10,000 บาท

สถานบริการนวดแผนโบราณที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยไปใช้บริการและใช้บริการอยู่ในปัจจุบันมากที่สุด คือ รินแก้วโพธิเวช ความถี่ในการใช้บริการ 1 - 4 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาและวันที่มาใช้บริการไม่แน่นอน ส่วนใหญ่มารับบริการเป็นเวลา 2 ชั่วโมง เหตุผลเพื่อคลายความเครียดมากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการ เครื่องมือ สถานที่ สัญลักษณ์ ราคา และวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี และด้านผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า

ปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาต่อชั่วโมง

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสุขภาพ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เรียงตามลำดับที่พบได้ดังนี้ ปัญหาด้านบุคคลและการบริการ ราคา เครื่องมือ สถานที่ วัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และสัญลักษณ์

ปัญหาด้านบุคคลและการบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านพนักงานนวด และพนักงานต้อนรับขอโทษที่ปรากฏลูกค้า

ปัญหาด้านราคาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านคิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมง ถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด

ปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ แอร์ไม่เย็น

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภค

ส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด

ปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านเพิ่งจะเปิดให้บริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี มากกว่าปัญหาอื่นๆ

นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบ ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปใช้บริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University

<b>Independent Study Title</b>	Factors That Effected Thai Consumers in Choosing Thai Traditional Massage Service in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai.		
<b>Author</b>	Ms. Suchawalee Sutthikanueng		
<b>M.B.A</b>	Business Administration		
<b>Examining Committee</b>	Assist. Prof. Dararatana Boonchaliew	Chairman	
	Lecturer Dr. Nittaya Jariangprasert	Member	
	Lecturer Nitaya Watanakun	Member	

#### Abstract

The objectives of this independent study are to study the factors which effected Thai consumers in choosing Thai traditional massage service in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai and the problems of the consumers in using Thai traditional massage service in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai. The study was conducted by using questionnaires to collect 200 samples of Thai consumers from 19 Thai traditional massage places by propotion of the massagers in each places. The data was procemed and analyzed by using SPSS/PC + computer software and interpreted in terms of percentage, frequency, mean and mode.

The findings from this study showed that most of the respondents were male, age between 31 – 40 year - old, married, and employees of private companies. Most of them also had Bachelor degree, and income between 5,100 – 10,000 bahts per month.

The most popular Thai traditional massage place that majorities of the respondents used to and still go now was Rinkaew Povech. The frequency in using Thai traditional massage service was 1 – 4 times per month. Most of the respondents had no

exact time and day in going to Thai traditional massage. They spent at least 2 hours and the reason to use the service of Thai traditional massage was to relax.

The service marketing mix factors which most influenced consumers in choosing a Thai traditional massage place were ranked as follow : people and service, equipment or facilities, place, symbols, price, communication material and promotion, respectively.

The people and service factors that influenced most of the consumers were the experience and the knowledge of massagers, and the attention paid by staffs to the customers.

The equipment or facilities factor that influenced most of the consumers was cleanliness of clothes.

The place factor that influenced most of the consumers was comfortable and cleanliness of the room.

The symbols factor that influenced most of the consumers was name or reputation of Thai traditional massage place.

The price factor that influenced most of the consumers was the price per hour.

The communication material and promotion factors that influenced most of the consumers were local newspaper and discount rate more than the other factors.

Furthermore, the other factor that influenced most of the consumers was for their healthy.

The problems that most of the consumers faced when using Thai traditional massage service were ranked as follow : people and service, price, equipment or facilities, place, communication material and promotion, and symbols, respectively.

The people and service problems that most of the consumers faced were massagers, and receptionists, request for extra money.

The price problem that most of the consumers faced was the price charge per hour was not proportion of hour massage.

The equipment or facilities problem that most of the consumers faced was the unclean clothes.

The place problem that most of the consumers faced was temperature of the air conditions.

The communication material and promotion problem that most of the consumers faced was no discount rate.

The symbols problem that most of the consumers faced was unsure of the service of new Thai traditional massage places more than the other problems.

Furthermore, the other problem that most of the consumers faced was the decline of economics condition and Thai culture.