

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปา ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้ศึกษาค้นคว้า	จักรกฤษณ์ เหลืองถาวรพจน์, สิงหา บอระเพชร
ที่ปรึกษา	ดร.ธิปดี วัฒนกุล
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551
คำสำคัญ	

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดจากร้านนวดแผนไทยหรือจากสปา ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดจากร้านนวดแผนไทยหรือจากสปา ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยและที่สปาจำนวน 800 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ(%) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ Chi – square และ t - test

ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ผู้ใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไป มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท และผู้ใช้บริการการนวดที่สปา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปาให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน 4 ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดที่ร้านนวดแผนไทยหรือที่สปาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยในด้านผลิตภัณฑ์ผู้ใช้บริการที่ร้านนวดแผนไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า

ผู้ให้บริการที่สปา และในด้านราคา ผู้ให้บริการที่ร้านนวดแผนไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าผู้ให้บริการที่สปา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่นวด แตกต่างกัน หรือประเภทของสถานที่นวด ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอายุ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่นวด ไม่แตกต่างกัน หรือประเภทของสถานที่นวด ไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรายได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่นวด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ราคาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่นวด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05