

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวตลอดจนปัจจัยที่มีผลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มละ 150 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อน โดยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-50 ปี สาเหตุที่มาใช้บริการคือเพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกและจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการด้วย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด โดยใช้เวลานาน 1 ชั่วโมงและส่วนมากจะมาใช้บริการช่วงเวลา 14.00-16.00 น. ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้เวลานาน 2-3 ชั่วโมงชอบมาใช้บริการในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุดและไม่มีวันที่แน่นอนในการมาใช้บริการ

ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100% 2) ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ การมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ มีการบริการเสริมต่างๆ เช่น มีบริการเสริมสวย มีความหลากหลายของบริการ 3) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงความต้องการของลูกค้าตลอดจนพนักงานมีทักษะในการสื่อสาร 4) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน 5) ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัยและมีการตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สงบเงียบเป็นธรรมชาติ 6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพในการนวดของหมคนวดมากที่สุด รองลงมาคือมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม และการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ และการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ

This study aimed to examine the behavior of tourists to Chiang Mai province in using Thai traditional massage services as well as the factors affecting their demand and satisfaction regarding such services. A total of 150 Thai tourists and 150 foreign tourists were selected as sample for questionnaire interview for information. Analyses were performed on the basis of descriptive statistics and Chi-square test.

The finding revealed most tourists both Thai and foreign had previous experience of Thai traditional massage, were female rather than male, within 31-50 years old age group, received the services for relieving tension for the most cases, would use Thai traditional massage services again and would advise others to use the services.

On consumer behavior, most Thai tourists chose to have whole body massage, spent about one hour for the treatment, and received services during 2.00-4.00 p.m during Saturday and Sunday prefers to received services during 2.00-4.00 p.m, and did not fix any day within the week for getting massage.

Thai tourists and foreign tourists were found to have different opinion concerning factors influencing the demand for Thai traditional massage services. The hypothesized factors were; 1) product-based on local wisdom and knowledge, and natural ingredients; 2) service-having both in-house and delivered services, and other services like beauty treatments, 3) personnel-being attentive to customer's needs and having communication skill; 4) price-clearly indicated; 5) place-having satisfactory car parking space, safety, beautifully decorated area, and natural tranquility; and 6) promotion-through advertisement in various types of media. The foreign tourists had the opinion that these factors could affect the demand for Thai traditional massage services while the Thai tourists thought otherwise.

On consumer's satisfaction, the Thai tourists were most satisfied with the quality of treatments given by the therapists followed by the appropriate cost of services, and the staff's hospitality, respectively. Meanwhile, the foreign tourists were most pleased with the duration for massage treatment followed by the staff's hospitality and the provision of services according to the needs of customer, respectively.