

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน อัตราค่าบริการต่อครั้ง บุคคลที่ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดสปา บริการของร้านนวดสปาที่ใช้บริการ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ไปใช้บริการร้านนวดสปาที่เป็นร้านประจำ อัตราการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการร้านนวดสปา ระยะเวลาใช้บริการโดยเฉลี่ย ของผู้ใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี จำนวน 360 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในเดือน เมษายน 2549 ได้รับแบบสอบถามกลับคืน 360 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติทดสอบที (t-test) สำหรับตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และสถิติทดสอบเอฟ (F-test) สำหรับตัวแปรที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และทดสอบความแตกต่างรายคู่ตามวิธีการทดสอบของฟิชเชอร์ (Fisher's least-significant difference : LSD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการนวดสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดสปาในระดับสูง 7 ด้าน ซึ่งเรียงลำดับมากไปหาน้อย คือ การมีส่วนร่วมในบริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ (บริการ) ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี เมื่อจำแนกตาม สถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่เมื่อจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน อัตราค่าบริการต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

The purpose of this research were to 1) study the factor of marketing that effective to massage and spa business in Aumpur Muang Saraburi Province and 2) compare the factor of marketing classify according to sex, age, education level, status married, career, incom/month, service rate for a time, The person who effective to decide to use spa business regular in same place, average service rate per month, period of time to use service, average time to use the service in Aumpur Muang Saraburi. The sample consisted of 360 people who use massage spa business in Aumpur Muang Saraburi Province. The instruments were scale approximate question from. Researcher had collect this date by herself in April 2006 and got back 360 question forms. By mean 100, percentage (\bar{X}), standard of deviation (S.D.) and independent (t-test), for variable 2 groups and statistis test (F-test), for variable more than 3 groups use ready-made program.

The results of this research revealed that.

1. The user of massage and spa in Aumpur Muang Saraburi Province had. Reasoning in decision. Making to use the service in high level 7 face from more to less were service in common, physical environment, product (service), price, opportunity for distrbute, marketing support.

2. The result compare factor of the market that effective to decide to use massage spa business in Aumpur Muang Saraburi according to status married was signification difference at 0.01 level and according to age, education level, career, income/month and service rate for a time was signification non-difference at 0.05 level.