

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
The consumer buying decision of spa massage service in Mueang district,
Phayao Province.

ปาวริศ ดำรงพุมิเมธา* จิรัฎฐ์ เหมือนนิหาร**
phanumat morsin** จิรญา มีมานะ** นพดล ไชยวัง**
Pawarit Damrongbhutthimeta* Jirat Muenwiharn**
Phanumat Morsin** Jiraya Meemana** Noppadon Chaiwang**
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*
Pacific Institute of Management Science*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการนวดสปาในเขต อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า F-test เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$) รองลงมา คือ ด้านกายภาพและการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) และด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.09$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.08$) ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.85$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.84$) ด้านราคา ($\bar{x} = 3.54$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาโดยจำแนกตามข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลพบว่าผู้ใช้บริการร้านนวดสปาที่มีเพศอายุอาชีพและรายได้ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาของผู้ใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, นวดสปา

Abstract

The purpose of this research was to study the decision to use spa massage services. 2) To compare the decision to use spa massage in Muang District, Phayao Province, based on personal factors. The samples used in the research were clients who used spa massage. 385 people in Muang District, Phayao Province. Use a questionnaire to collect data. The statistics

used for data analysis were percentage, mean and standard deviation, t-test and F-test. When the difference was found, LSD (Least Significant Difference)

The research found that

The decision to use the spa massage. In the urban area of Phayao province, the overall level was ($\bar{x} = 3.99$). The average order of descending order is the service provider. At the highest level ($\bar{x} = 4.36$), followed by physical and presentation In terms of market ($\bar{x} = 3.85$), the market promotion ($\bar{x} = 3.84$) in terms of price ($\bar{x} = 3.54$) was High level, respectively.

Comparison of decision to use spa massage services. In terms of personal factors, it was found that the users of massage parlor, spa, sex, age, occupation and income had different decision to use spa massage. In the district of Phayao, different users of the service. There was a significant difference at the 0.05 level. In the district. There are different levels of education. Have decided to use the spa massage. In Muang district, Phayao province is not different.

Keyword: decision, Spa Massage

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness travel) กำลังอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและเอเชียก็เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก สปาในเอเชียถือเป็นสปาที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เพราะมีศักยภาพทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการสร้างสปาที่เน้นแนวธรรมชาติอีกทั้งคนเอเชียมีพื้นฐานแห่งความเป็นคนที่มีความอบอุ่นเปิดเผยและจริงจังอีกทั้งต้นทุนในการทำสปาไม่สูงมากนักจึงสามารถสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกได้มากขึ้นเช่นพิตเนสห้องเรียนโยคะสถานที่ร่ำรวยเงินหรือแม้แต่กิจกรรมการเรียนทำอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และทำรับประทานได้เองที่บ้านสปาในเอเชียถือเป็นต้นแบบที่สปาทั่วโลกพยายามจะเลียนแบบสปาไทยเองก็มีชื่อเสียงในระดับโลกเป็นต้นแบบของสปาหลายแห่งทั้งในด้านการตกแต่งสถานที่ด้านการอบรมบุคลากรการรักษารูปแบบการนวดแผนไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการรักษาสุขภาพองค์รวมสปาในประเทศไทยจึงเป็นหนึ่งในเป้าหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องใช้บริการเมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทยการขยายตัวของธุรกิจ สปาไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีปัจจัยการสนับสนุนหลายอย่าง เช่น มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม และมีการนำสมุนไพรไทยมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจสปานับเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับธุรกิจสปาไทย การให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ไทยซึ่งเต็มไปด้วยความสุขภาพเรียบริ้ว ยิ้มแย้มแจ่มใส และอ่อนโยนมาใช้ นับเป็นมนต์เสน่ห์อันหนึ่งของสปาไทย ปัจจุบันได้มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมและให้ความรู้ความเข้าใจในธุรกิจสปา และส่งเสริมการลงทุนให้กับธุรกิจสปาด้วย

การบำบัดโรคโดยวิธีการนวดแผนไทยถือเป็นการบำบัดรักษาโรคที่มีมานาน ธุรกิจด้านนี้มีมูลค่าตลาดไม่น้อยเชื่อว่ามูลค่ารวมของตลาดได้เพิ่มขึ้นทุกปีซึ่งเป็นการเติบโตพร้อมๆ กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการนวดเป็นบริการที่นอกเหนือจากปัจจัยสี่ ในปัจจุบันมักพบว่าผู้คนนั้นมักมีปัญหาเรื่องความเครียดมีอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย โดยส่วนใหญ่พบในผู้สูงอายุซึ่งเกิดจากหลายปัจจัย เช่น การนั่งทำงานนานๆ หรือเครียดจากปัญหาต่างๆ ทำให้ผู้คนเริ่มหันมาใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อช่วยบำบัดอาการและช่วยคลาย

เครียด นอกจากนี้ผู้ที่ไม่มีปัญหาด้านสุขภาพก็ไปใช้บริการนวดแผนไทยมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อเป็นการผ่อนคลาย และการพักผ่อน (ผกาพันธ์ อรพันธ์เงิน, 2555)

ปัจจุบันธุรกิจให้บริการด้านสุขภาพได้ขยายตัวและเติบโตขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจสปาซึ่งเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะความเครียดและความกดดันจากการดำเนินชีวิตสมัยใหม่ที่นับวันจะเพิ่มพูนขึ้น ทำให้ผู้คนหันมองหาทางเลือกรูปแบบใหม่ในการพักผ่อนและใส่ใจกับสุขภาพกันเพิ่มมากขึ้น มีการดูแลสุขภาพสุขภาพก่อนที่จะเกิดโรคร้ายไข้เจ็บมากขึ้น โดยเน้นการป้องกันและสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ทำให้ธุรกิจบริการสุขภาพหรือสปา ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย สำหรับตัวผู้ประกอบการสปาเองก็ต้องพยายามแข่งขันให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น การให้บริการ บรรยากาศภายในร้าน การตกแต่ง ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ประทับใจและกลับมาใช้บริการ จนนำไปสู่การชักชวนให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการด้วย เป็นสาเหตุให้มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น การให้บริการในปามีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการได้รับความผ่อนคลายในประสาทสัมผัสทั้ง 5 อันได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส (ธีรา ฤทธาภกร: 2553)

แนวโน้มเกี่ยวกับความสนใจการดูแลสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นของคนไทยในกลุ่มชนชั้นกลางซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 70 ของประชากรไทยทั้งหมด รวมถึงประชากรในจังหวัดพะเยา ที่ถือเป็นโอกาสให้ธุรกิจสปาขยายตัวสู่ตลาดระดับกลางซึ่งมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจากนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงส่งผลต่อความต้องการใช้บริการสปาที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย และพื้นที่เขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา เป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวเพื่อรองรับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีผลจากการสร้างทางรถไฟ และการสร้างสนามบินในอนาคตอันใกล้ อีกทั้งสังคมไทยในทุกวันนี้อยู่ในยุคของการแข่งขันทุกๆ คนจึงหันมาให้ความสำคัญกับการศึกษา การทำงานและการพัฒนาความรู้ทางด้านต่างๆ มากเกินไป เช่นความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความเครียดส่งผลให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายและจิตใจไม่ดี แสดงถึงคุณภาพชีวิตที่ไม่ดี(ปวีศรีร์ ดำรงพุมิเมธา : 2561)จากเหตุผลนี้เองทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เพื่อจะได้นำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการปรับปรุงวางแผนการตลาด และกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
- 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านสปาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา
- 2) ผู้ประกอบการร้านสปา สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
- 3) ผู้ที่สนใจธุรกิจสปา สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจการได้ท่ามกลางภาวะการแข่งขันอย่างมากในปัจจุบัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการนวดสปาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีอายุตั้งแต่ 20 – 60 ปี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ดับเบิลยู จี คอชราน (W.G. Cochran) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

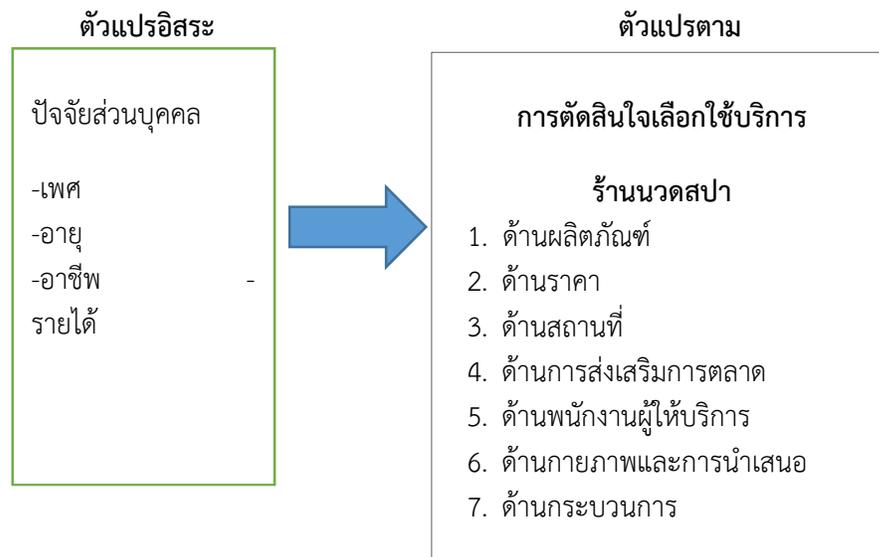
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งเน้นศึกษา การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ

3. ขอบเขตด้านเวลาในการวิจัย ระหว่างเดือน กันยายน - 29 ธันวาคม 2560

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยนำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7 P ของ Philip Kotler (2003). มาเป็นกรอบแนวคิด สรุปได้ดังภาพ



ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาจำนวน 385 คน

หน่วยในการวิเคราะห์ คือ หน่วยบุคคล ได้แก่ ผู้ใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประกอบด้วย แบบสอบถามส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกกลุ่มแบบสอบถามระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วยข้อความ ที่เป็นความสำคัญแต่ละด้าน และมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และแบบสอบถามปลายเปิดสำหรับแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ (t-test) และ (F-test) หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่าง 0.67-1.00 ทุกข้อ และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธี Conbach & Alpha coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

สรุปผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 307 คน มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,001 ขึ้นไป ประกอบอาชีพ ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้บริการมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$) รองลงมา คือ ด้านกายภาพและการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$) และด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.09$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.08$) ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.85$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.84$) ด้านราคา ($\bar{x} = 3.54$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย พบว่า ร้านนวดสปา มีการแสดงใบรับรองหรือมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือร้านนวดสปา มีบริการหลายประเภทให้ผู้รับบริการเลือกใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ต้องมีคุณภาพและผ่านมาตรฐานอาหารและยา (อย.) และไม่ใส่สารที่มีอันตรายต่อร่างกาย ร้านนวดสปา มีการแสดงใบอนุญาตการประกอบกิจการร้านนวดสปา อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ สามารถให้ลูกค้าได้ทดลองผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจสอบการแพ้ของการใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ร้านนวดสปา มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือร้านนวดสปา มีการแจ้งราคาค่าใช้

บริการก่อนเข้ารับบริการทุกครั้ง และร้านนวดสปามีการกำหนดราคาที่เหมาะสมต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ร้านนวดสปาที่มีการแสดงราคาในการคิดค่าบริการกับลูกค้าที่ใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านสถานที่ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ สถานที่ทั้งในบริเวณภายใน-ภายนอก มีความสะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือร้านนวดสปา มีการจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด และร้านนวดสปา มีห้องส่วนตัวในขณะที่ให้บริการลูกค้า โดยเฉพาะการนวดตัว ร้านนวดสปา มีสื่อเคอร์ไว์สำหรับการเก็บของใช้ส่วนตัวของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ร้านนวดสปาที่มีการแสดงป้ายบ่งชี้จุดต่างๆที่ให้บริการชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดพิเศษ และแจกของสมนาคุณอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีแผ่นพับ ใบปลิว แจก อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ พนักงานมีความรู้ มีความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการต่างๆ เช่น นวดตัว นวดหน้า เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดจาไพเราะ และแต่งกายสะอาดเรียบร้อย อยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ พนักงานผ่านการอบรมและมีใบรับรองการทำงาน อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านกายภาพและการนำเสนอ โดยรวม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ มีการสื่อสารชัดเจนในเรื่องการให้บริการและเงื่อนไขต่างๆในการให้บริการ อยู่ในระดับมากตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ สถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปามากที่สุดคือสามารถใช้บริการได้ทันทีไม่ต้องรอนาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสามารถชำระเงินแบบบัตรเครดิต อยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง ตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยใช้สถิติค่า t-test และค่า F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยาจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการร้านนวดสปา ในภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ผู้ให้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา จำแนกตามรายได้พบว่า พบว่า ผู้ใช้บริการ ร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีรายได้ระหว่าง 11,001-14,000 บาท มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ด้านส่งเสริมการตลาด แตกต่างจากผู้ให้บริการร้านนวดสปา ที่มีรายได้ระหว่าง 14,001-17,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ให้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่าพนักงานผู้ให้บริการกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้ารวมถึงมีการแจ้งราคาค่าบริการที่ชัดเจน และด้านกระบวนการที่หลากหลายสอดคล้องกับพิมพ์ภัทรา โตศรีบรรเจิด (2551 : 61-62) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านสปาแลง สปา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านสปา มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย เป็นเพราะว่าบุคลากรที่ให้บริการมีการเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้าผู้มาใช้บริการ ดังนั้นร้านนวดสปาจึงต้องมีความกระตือรือร้นในการทำงาน

ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากร้านนวดสปา มีการแสดงใบรับรองหรือมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ใช้อย่างชัดเจนมีบริการหลายประเภทให้ผู้รับบริการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและผ่านมาตรฐานอาหารและยา (อย.) และไม่ใส่สารที่มีอันตรายต่อร่างกายมีการแสดงใบอนุญาตการประกอบกิจการร้านนวดสปาสอดคล้องกับ สุชาดา กิตินาม (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สปา แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการสปา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ว่าด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่าร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยามีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกมีการแจ้งราคาค่าบริการก่อนเข้ารับบริการทุกมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมต่อการให้บริการสอดคล้องกับหทัยรัตน์ สิทธิโชค (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยแบบสปาที่ Health Land ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาถึงปัจจัยด้าน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยแบบสปาที่ Health Land โดยจะศึกษาจากความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการนวดแผนไทยแบบสปาที่ Health Land มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือนและประเภทของสถานที่พักอาศัย ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจ ใช้บริการนวดแผนไทยที่ Health Land ในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วน ประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้าน บุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และพฤติกรรมการใช้บริการ ที่มีแนวโน้ม พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของ ผู้บริโภคที่มีผลต่อ พฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยที่ Health Land ในเขต กรุงเทพมหานครปัจจัยด้าน ส่วน ประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน โดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าผู้บริโภคมองเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ด้านบุคลากรและ ด้าน กายภาพ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ด้านสถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่าร้านนวดสปาที่มีสถานที่ทั้งในบริเวณภายใน- ภายนอกมีความสะอาดมีการจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอมีห้องส่วนตัวในขณะที่ให้บริการลูกค้าโดยเฉพาะการ นวดตัวและร้านนวดสปาที่มีล็อกเกอร์ไว้สำหรับการเก็บของใช้ส่วนตัวของผู้ใช้บริการดังที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวถึงคุณภาพของการให้บริการที่ดีไว้ว่า การเข้าถึงลูกค้าได้นั้นจำเป็นต้องมีการบริการอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้าไม่ให้อายุต้องคอยนาน ทำให้ที่ตั้งมีความเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสุชาติา กิตินาม (2551) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สปา แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการ สปา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมการทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านสถานที่และ ทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดอาจเป็นเพราะว่าร้านนวดสปาที่มีระบบ สมาชิกเพื่อรับส่วนลดพิเศษและแจกของสมนาคุณการโฆษณาประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติา กิตินาม (2551) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สปา แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการสปา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมการทางการตลาดที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการสปา ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก

ด้านพนักงานผู้ให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่าร้านนวดสปาพนักงานมีความรู้มี ความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการต่างๆเช่นนวดตัวนวดหน้ามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีพูดจาไพเราะและแต่งกาย สะอาดเรียบร้อยสอดคล้องกับภัทร ทวีแสงศิริ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของลูกค้าต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดของการบริการสปาและภาพลักษณ์ธุรกิจ นวดสปาที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการใน สายตาลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากร และความสัมพันธ์ ระหว่างความคาดหวังในทางบวกต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางตลาดและการรับรู้ภาพลักษณ์ ต่อธุรกิจสปาใน สายตาของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของธุรกิจสปา พบว่า การ รับรู้ภาพลักษณ์ด้าน คุณภาพในการบริการของพนักงาน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดและยังสอดคล้อง กับ ละอองทราย โกมลมาลย์ (2556) การศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยคุณภาพการบริการของร้านสปา (Service Quality of Spa Shops) ปัจจัยการรับรู้ด้านราคา (Perceived Relative Price) ปัจจัยการให้บริการ ส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Treatment) ปัจจัยคุณสมบัติของพนักงานนวด (Therapist Qualification)

ปัจจัยบรรยากาศที่เป็นสิ่งกระตุ้น (Atmospheric Cues) ปัจจัยศูนย์กลางในการดำเนินชีวิต (Centrality in Lifestyle) ที่มีผลเชิงบวกต่อปัจจัยความพึงพอใจ ของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ด้านกายภาพและการนำเสนอในภาพรวมอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะว่าร้านนวดสปามีการสื่อสารชัดเจนในเรื่องการให้บริการรวมถึงเงื่อนไขต่างๆในการให้บริการชัดเจนลูกค้าเกิดความประทับใจสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2541) ที่ว่าด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรมโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อยการเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆที่ลูกค้าควรได้รับดังที่อำนาจ ตั้งเจริญชัย (2547) กล่าวไว้ว่า การให้บริการที่ดี และมีคุณภาพ ต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะที่จะทำให้ชนะใจผู้รับบริการ ซึ่งสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ระหว่างการติดต่อ และหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร ทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ ทั้งนี้ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อรับบริการ เกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการให้บริการต่าง ๆ ในโอกาสหน้าโดยมีหลักการพื้นฐานของการบริการคือทำให้ผู้รับบริการพอใจ และไม่เกิดความเครียดในการมารับบริการ ไม่ปล่อยให้ผู้รับบริการรอนานเกินไปไม่ทำผิดพลาดจนผู้รับบริการเดือดร้อน มีการสร้างบรรยากาศงานบริการให้น่ารื่นรมย์ รวมถึงการทำให้ผู้รับบริการเกิดความคุ้นเคย รู้จักสถานที่ และขั้นตอนทางการบริการด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากอาจเป็นเพราะร้านนวดสปาที่มีสถานที่ที่สามารถใช้บริการได้ทันทีไม่ต้องรอนานและมีบริการชำระเงินที่หลากหลายช่องทางอาทิสามารถชำระเงินแบบบัตรเครดิตคิวอาร์โค้ดเป็นต้นสอดคล้องกับของศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ (2541) ที่ว่ากระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดีกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการคือเวลาและประสิทธิภาพในการบริการดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในกาส่งมอบรวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการซึ่งหากร้านนวดสปาที่มีกระบวนการดังกล่าวข้างต้นจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและกลับมาใช้บริการต่อไป

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาโดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลได้แก่เพศอายุระดับการศึกษาอาชีพรายได้พบว่า

ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาที่มีเพศ อาชีพ รายได้ ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการร้านนวดสปาในภาพรวมต่างกันสอดคล้องกับพิมพ์ภัทรา โตศรีบรรเจิด (2551) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านสปาแลง สปา พบว่า ทำงาน ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ร้านสปาแลง สปา โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการร้านสปาแลง สปา ที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวมแตกต่างกันผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวด

สปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาจำแนกตามอายุพบว่าผู้ใช้บริการร้านนวดสปาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยาที่มีอายุต่างกันในภาพรวมมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปาไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

จากการวิจัย เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้บริหารธุรกิจนวดแผนไทย ควรมีการสร้างกลยุทธ์ให้เกิดความแตกต่างในเชิงธุรกิจ และให้เหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เพื่อให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้นและสร้างความได้เปรียบทางการตลาดต่อไปควรวางแผนและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 51-60 ปี โดยควรกำหนดแผนการตลาดและกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และควรวางกลยุทธ์ตามลักษณะการใช้ขนาดแผนไทยแบบสปาของผู้บริโภคให้ถูกต้อง นอกจากนี้ควรปรับปรุงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้สอดคล้องและแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่พบตามลำดับความสำคัญของปัญหา เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีรายได้โดยเฉลี่ย 17,001 บาทขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในส่วนนี้ สามารถใช้ในการกำหนดลักษณะประชากร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อใช้ในการวางแผนด้านการตลาด และมุ่งการให้ข้อมูลข่าวสารที่พุ่งตรงต่อผู้บริโภคสินค้า

2. ผู้บริหารธุรกิจนวดแผนไทย ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับ น้ำมันหอมระเหยควรมีให้เลือกหลายกลิ่น สมุนไพรที่ใช้ควรมีความสดใหม่และควรมีการจัดวางมุมหนังสือเกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพและความงามไว้บริการ

ด้านราคา ควรดูราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันให้อยู่ในความเหมาะสมว่าราคาที่ลูกค้าได้จ่ายไปคุ้มค่าหรือเปล่า

ด้านสถานที่ ควรดูความเพียงพอของห้องให้บริการว่ามีเพียงพอแคไหนและที่จอดรถมีเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการหรือเปล่า

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารธุรกิจนวดแผนไทย ควรมีการจัดทำโปรโมชั่น โดยผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับนวดแผนไทยภาพ รวมถึงการประชาสัมพันธ์โดยการให้ส่วนลดโดยการทำโปรโมชั่นร่วมกับสถาบันอื่นๆ เช่น บัตรเครดิต เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงการให้ส่วนลด โดยการทำโปรโมชั่นสะสมจำนวนการให้บริการ หรือซื้อ 1 แถม 1 เช่น ผู้บริโภคที่มาใช้บริการนวดแผนไทยครบ 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง หรือ สมัครคอร์สนวดแผนไทย 1 คน ใช้ฟรี 1 คน เป็นต้น

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ควรให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับการนวดแผนไทยอย่างถูกต้องกับพนักงาน ควรฝึกความเชี่ยวชาญให้กับพนักงาน และพนักงานทุกคนควรให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันและควรตรงต่อเวลา

ด้านกายภาพและการนำเสนอ ควรตกแต่งสปา อาณาเขตรอบๆ ตกแต่งด้วยดอกไม้ ต้นไม้ที่เป็นธรรมชาติ และองค์ประกอบในการให้บริการควรสะอาดและเรียบร้อยเช่น ผ้าขนหนู เตียง หมวกคลุมผมและชุดเปลี่ยน

ด้านกระบวนการ ควรอบรมพนักงานให้มีขั้นตอนในการบริการการนัด ให้ถูกต้องและเหมาะสม และการให้บริการแต่ละครั้งมีความรวดเร็วและตรงต่อเวลา

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงทัศนคติพฤติกรรมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ควรมีการศึกษาในด้านพฤติกรรมเรื่องสุขภาพของผู้บริโภคด้วย เพื่อเป็นแนวทางใน การดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- ณภัทรทวีแสงศิริ. (2556) ความคาดหวังของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริการสปาและภาพลักษณ์ธุรกิจนวดสปา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในสายตาลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรา ฤทธากร. (2553) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสปาปลา อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด.(2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ผกาพันธ์ อรพิณฑ์เงิน. (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. พิมพ์ภัทรา โศศรีบรรเจิด. (2551) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา ของผู้ใช้บริการร้านสปาแลง สปา. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- เมธาหริเมเทพาธิป.ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of need). [ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.gotoknow.org/posts/629839>.
- ยุทธ ไกยวรรณ. สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ,2546.
- วุฒิชัย จานงค์. (2523) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สุชาติ กิตินาม. (2551)ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา แขวงทุ่งสองห้อง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.2551
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัทวิสิทธิ์พัฒนาจำกัด : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท อิระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- หทัยรัตน์ สิทธิโชค.(2552) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยแบบสปา ที่ Health Land ในเขตกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรทัยจันทร์โร.พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี, วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2559)
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543) กลยุทธ์การตลาด(พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อำนาจ ตั้งเจริญชัย. (2547). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาจันทบุรีตามทัศนะของผู้ใช้บริการ**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ละอองทราย โกมลมาลย์. (2556) **การศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยคุณภาพการบริการร้านอาหาร**, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management (The Millennium edition)**. Upper Saddle River, NJ: PersonPrentice Hall.