



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สุกัญญา แก้วเมืองมูล

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพระประแดง จังหวัด สมุทรปราการ จำนวน 170 คน ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือปัจจัยทางด้านบุคลากรเนื่องจากบุคลากรมีความรู้ในการให้บริการและมีความสุภาพและมีมาตรฐาน รองลงมา คือปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจาก โปรแกรมการนวดมีคุณภาพ รองลงมาคือปัจจัยทางด้านราคามีความเหมาะสม รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจากด้านบริการมีความหลากหลาย และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายพบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเนื่องจากช่องทางมีความเหมาะสม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเนื่องจาก บรรยากาศของร้านมีความเหมาะสม และปัจจัยทางด้านกระบวนการส่งเสริมการขาย พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเนื่องจาก การประชาสัมพันธ์ของทางร้านมีความหลากหลาย

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด, นักท่องเที่ยว, ร้านนวดไทย



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

The Marketing Factors Affect the selection service Go Inter Thai Massage of Thai Tourists

Sukanya Kaewmuangmun

Tourism Industry and Hospitality Management Social Sciences Section Faculty of Humanities and Social Sciences
Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

The objective of this research was to study the Marketing Mix Factors Affecting the selection service Go Inter Thai Massage of Thai Tourists sample to study of this research is Thai Tourists in Phra Pradaeng District , Samutprakan province sample size of 170 the tool of study for collection of data is questionnaire

The study results about the Marketing Mix Factors Affecting the selection service Go Inter Thai Massage of Thai Tourists were found that most of the Marketing Mix Factors Affecting the selection is personnel factors due to experience and knowledge to service, polite, standard Then as product factor due to massage program good quality Then as price factor such as reasonable price Then as service process factor due to has variety service Then as distribution factor were found mostly reason to choose service due to suitable atmosphere and promotion factor were found mostly reason to choose service due to variety public relation of Go Inter Thai Massage.

Keywords : marketing mix factor, tourist, thai massage



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

การนวดแผนโบราณหรือการนวดแผนไทย ถือเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ชาวจังหวัดสมุทรปราการ คำนึงและใช้การรักษาอาการเจ็บปวดให้ทุเลาหายมานานแล้ว ด้วยวิถีภูมิปัญญาของชาวสมุทรปราการที่อาศัยสิ่งต่างๆในธรรมชาติในการรักษาอาการเจ็บป่วยเล็กๆน้อยๆ ด้วยความรู้ที่บรรพบุรุษถ่ายทอดความรู้สืบทอดต่อกันมา จนกลายมาเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ให้บริการเฉพาะคนในท้องถิ่นของจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น แต่เมื่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยเข้ามาเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ ธุรกิจการนวดก็ถูกปรับเปลี่ยนให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรมที่เจ้าของโรงแรมอาจเปิดร้านนวดภายในโรงแรมเพื่อให้บริการให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบาย แต่ก็มีธุรกิจร้านนวดขนาดเล็กตามตลาดในท้องถิ่น ตามข้างถนน พร้อมบริการลูกค้าได้ทุกเมื่อ จากการสำรวจร้านเล็กๆในตลาดบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าลูกค้าก็มาใช้บริการการนวดแผนไทยไม่แตกต่างจากร้านใหญ่ๆในกรุงเทพมหานคร ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบและประทับใจในวิธีการนวดมากกว่าส่วนประกอบของร้านและสถานที่ เนื่องจากคนในท้องถิ่นมีทุนน้อยจึงบริการลูกค้าด้วยสถานที่ที่คับแคบ แตกต่างจากร้านที่อยู่ในโรงแรมและร้านที่มีทุนเยอะ โดยลักษณะองค์ประกอบหลายๆอย่าง จึงทำให้ไม่เป็นจุดเด่นหรือจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว (ยุพิน หมี่ใจเจริญและคณะ)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้นักวิจัยสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวไทย โดยชนิดของข้อมูลเป็น Nominal Scale โดยการวัดค่าเป็นค่าร้อยละ ค่าความถี่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยชนิดข้อมูลเป็น Interval Scale การวัดค่าเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จทางสถิติ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงใช้บริการนวดไทย Go Inter มากกว่าเพศชาย และอยู่ในอายุระหว่าง 31-35 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ รับจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 พบว่าปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์สาเหตุส่วนใหญ่มาจาก โปรแกรมการนวดมีคุณภาพ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลที่ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย

(n=170)

| ปัจจัยทางการตลาด | การเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย | | |
|--------------------------------------|--|------|---------|
| | \bar{x} | S.D | แปลผล |
| ปัจจัยด้านบุคลากร | 3.42 | .516 | มาก |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | 3.31 | .500 | ปานกลาง |
| ปัจจัยทางด้านราคา | 3.29 | .571 | ปานกลาง |
| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ | 3.23 | .647 | ปานกลาง |
| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย | 3.06 | .702 | ปานกลาง |
| ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ | 2.97 | .874 | ปานกลาง |
| ปัจจัยทางด้านกระบวนการส่งเสริมการขาย | 2.97 | .874 | ปานกลาง |
| รวม | 3.17 | .501 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย Go Inter จากผลการศึกษาพบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่ร้าน Go Inter มาจากปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .516 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .500 ปัจจัยด้านราคา คิดค่าเฉลี่ย 3.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .571 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คิดค่าเฉลี่ย 3.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .647 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คิดค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .702 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดค่าเฉลี่ย 2.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .874 และปัจจัยทางด้านกระบวนการส่งเสริมการขาย คิดค่าเฉลี่ย 2.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .874

สรุปและอภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านนวดไทย ร้าน Go Inter ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือปัจจัยทางด้านบุคลากรเนื่องจากบุคลากรมีความรู้ในการให้บริการและมีความสุภาพและมีมาตรฐาน รองลงมา คือปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจาก โปรแกรมการนวดมีคุณภาพ รองลงมาคือปัจจัยทางด้านราคามีความเหมาะสม รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจากด้านบริการมีความหลากหลาย และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายพบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการมาจากช่องทางที่มีความเหมาะสม รองลงมาคือ ปัจจัยด้าน



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2
วันที่ 19 มกราคม 2562

ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ลักษณะทางกายภาพ พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเนื่องจาก บรรยากาศของร้านมีความเหมาะสม และปัจจัยทางด้านกระบวนการส่งเสริมการขาย พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการเนื่องจาก การประชาสัมพันธ์ของทางร้านมีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาพร จึงตระกูล (2557) . การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผน การประกอบธุรกิจ การให้บริการนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมากกว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ นวดแผนไทยมากที่สุดในแต่ละด้านประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ความสะอาดของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการนวด ด้านราคา คือ มีการแจ้งอัตรา ค่าบริการที่ชัดเจน ด้านสถานที่ คือ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ ด้านส่งเสริม การตลาด คือการให้ส่วนลด จัดโปรโมชั่นพิเศษ ด้านบุคลากร คือ ความเป็นธรรมชาติ ในการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น การให้บริการตามลำดับ ด้านกายภาพ คือ การพูดจาสุภาพ อ่อนโยน และด้านกระบวนการ คือ ความรวดเร็วของการบริการ ดังนั้น แนวทางการวางแผนการตลาดของผู้ประกอบการ จึงควรให้ความสำคัญ กับคุณภาพและความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน เหมาะสม สถานที่ควรมีความสะอาด สะดวกและปลอดภัย รักษามาตรฐาน การบริการที่ดีและที่สำคัญพนักงานต้องผ่านการฝึกอบรมการนวดแผนไทยมา อย่างถูกวิธี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นผู้หญิงและ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการนวดแผนไทยมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

นภาพร จึงตระกูล. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น.** มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2561 จาก https://mba.kku.ac.th/journal/allimages/pdf/PReZVDviT5_10%20Naphaporn.pdf

Juengtrakul,N (2014) **Consumer Behavior and Factors Influencing Decisions to Use Thai Massage in Khon Kaen Municipality, Khon Kaen Province.**

Khon Kaen : Khon Kaen University. Date of search 16 May, 2018 From https://mba.kku.ac.th/journal/allimages/pdf/PReZVDviT5_10%20Naphaporn.pdf

ยุพิน หมี่ใจเจริญ และคณะ.(2548).**ศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย.** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย จาก http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG48O0029

Meejaicharoen,Y (2005) **The Potential and Readiness of Thai Massage in Chiang Rai** Chiang Rai : Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Rai Date of search 16 May, 2018 From http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG48O0029