ชื่อภาคนิพนธ์ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการนวดแผนไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ผู้วิจัย นางกัณฐิกา อาธิดากร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ.สมชาย หิรัญกิตติ (2) รศ.สมจิตร ล้วนจำเริญ (3) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์
ปีการศึกษา 2549 จำนวน 175 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค การบริการนวดแผนไทย

บทคัดย่อ

ภาคนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยต่อบริการนวดแผนไทยของสถานบริการนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างคือสถานบริการนวดแผนไทยจำนวน 20 แห่ง ผู้ใช้บริการแห่งละ 20 ท่าน รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจากแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาผลที่ได้ไม่แตกต่างกันในทุกกลุ่ม โดยส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 - 2 ชั่วโมง และส่วนใหญ่ใช้บริการเมื่อเวลาป่วยและใช้บริการเดือนละครั้ง โดยจะใช้บริการในวันหยุดและเมื่อมีเวลาว่าง เมื่อจำแนกตามอาชีพแล้วกลุ่มนักศึกษาและเจ้าของกิจการมีพฤติกรรมแตกต่างจากกลุ่มอื่น (2) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งในเรื่องของการนวด สถานที่ ค่าบริการ บุคลากร และข้อมูลข่าวสาร พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเมื่อจำแนกแต่ละกลุ่มตามปัจจัยทางสังคมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมากในภาพรวม

Term Paper Title Consumers Behaviors and Consumers Satisfactions with Thai Traditional Massage Services in Bangkok and Neighbouring Provinces.

Researcher Mrs. Kanthika Artidakorn. Master of Business Administration (Marketing). Dhonburi Rajabhat University. Term Paper advisors (1) Assoc. Prof. Somchai Hirankitti (2) Assoc. Prof. Somchit Luanchamroen (3) Dr.Jariya Klinjan. Academic year : 2006. 175 pp. Keywords : consumer behavior, consumer satisfaction, Thai traditional massage services.

Abstract

This term paper aimed to study consumer's behavior and satisfaction with Thai traditional massage services in Bangkok and neighbouring provinces. The sample were 200 customers of 20 Thai massage services in Bangkok and neighbouring provinces. The tool was a questionnaire. The collected data were processed by program computer and were analysed by frequency, percent and mean.

The results were as follows : (1) the customers' behavior for thai traditional massage on the duration of time were different according to sex, age, profession and income per month, when considering on level of education there was not different in every group. The frequency of using the service depended on the pain and they used the services once a month. Most of them used the services on weekend and free time. (2) On the satisfactory level of the customers with the massage, place, payment, personnel and information found that in overall the satisfaction according to social factor group were at average to high level.