

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพกำลังมาแรงไม่เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่เป็นกระแสการท่องเที่ยวของโลกเลยทีเดียว โรงแรมที่พักในแหล่งท่องเที่ยวต่างหันมาเปิดบริการห้องสปาหรือเปิดเป็นสปา รีสอร์ท ทักันมากมาย สะท้อนให้เห็นแนวโน้มความนิยมของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในเรื่องการบริการของคนไทยที่เปี่ยมด้วยรอยยิ้มอย่างมีไมตรี ความสุภาพอ่อนโยน ผสมผสานกับภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทยในเรื่องการดูแลสุขภาพสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทยที่สืบทอดกันมายาวนาน การอบสมุนไพร การประคบ การใช้เครื่องหอมน้ำปรุง และการทำสมาธิ ซึ่งเมื่อนำภูมิปัญญาเหล่านี้มาผสมผสานกับการทำสปาแบบสากลจึงเป็นการผสมผสานศาสตร์การบำบัดแห่งธรรมชาติเพื่อสุขภาพระหว่างตะวันตกกับตะวันออกที่มีมนต์ขลัง เป็นที่ยอมรับและชื่นชมจากนักท่องเที่ยวอย่างดียิ่ง

ธุรกิจนวดแผนไทยเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ มีชาวต่างชาติสนใจเดินทางเข้ามาศึกษาในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก กอปรกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการส่งออกธุรกิจบริการนวดแผนไทยโบราณ โดยเห็นว่าเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการเรียนการสอน เปิดสำนักสอนการนวดไทยในต่างประเทศรวมถึงการเขียนหนังสือการนวดไทยเผยแพร่เป็นภาษาต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ ตามแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2548 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ธุรกิจ Wellness & Spa และ Medical tourism นับเป็นธุรกิจหลักในส่วนของตลาดต่างประเทศ โดยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มของความสนใจเฉพาะ (special interests) ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่วนตลาดภายในประเทศ (domestic tourism) ธุรกิจนวดแผนไทยก็กำลังเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้ จัดทำบนพื้นฐานการเจริญเติบโตและกระแสของธุรกิจนวดแผนไทย โดยมุ่งศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อการให้บริการนวดแผนไทย ด้วยเหตุผลที่ว่า การทำความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นหัวใจสำคัญของ

แนวความคิดมุ่งการตลาด (Marketing Concept) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการตลาดบริการ แม้ผู้บริโภคจะซื้อบริการไปแล้ว ก็ยังจำเป็นต้องศึกษาว่าผู้บริโภคมีการใช้บริการเมื่อใด ใช้บริการอย่างไร มีการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน หรือแม้กระทั่งลูกค้าอื่นๆ ที่เข้ามาใช้บริการ ในลักษณะไหน และที่สำคัญที่สุด ต้องหาคำตอบให้ได้ว่าลูกค้าได้รับประสบการณ์และผลประโยชน์จากการบริการตรงกับที่พวกเขาคาดหวังหรือไม่ ทั้งนี้ก็เพื่อสามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาธุรกิจบริการนี้ให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มารับบริการ โดยตรง

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้มารับบริการ
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยต่อบริการนวดแผนไทยในด้านต่าง ๆ

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2. ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยนี้
 - 2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
 - 2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่
 - 2.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการ คือ
 - 2.2.1.1 ความถี่ในการใช้บริการ
 - 2.2.1.2 ช่วงเวลาที่ใช้ไปใช้บริการ
 - 2.2.1.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการรับบริการแต่ละครั้ง

2.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ได้แก่ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการ
บริการนวดแผนไทยในด้านต่าง ๆ ได้แก่

2.2.2.1 ศาสตร์และศิลป์ของการนวดแผนไทย

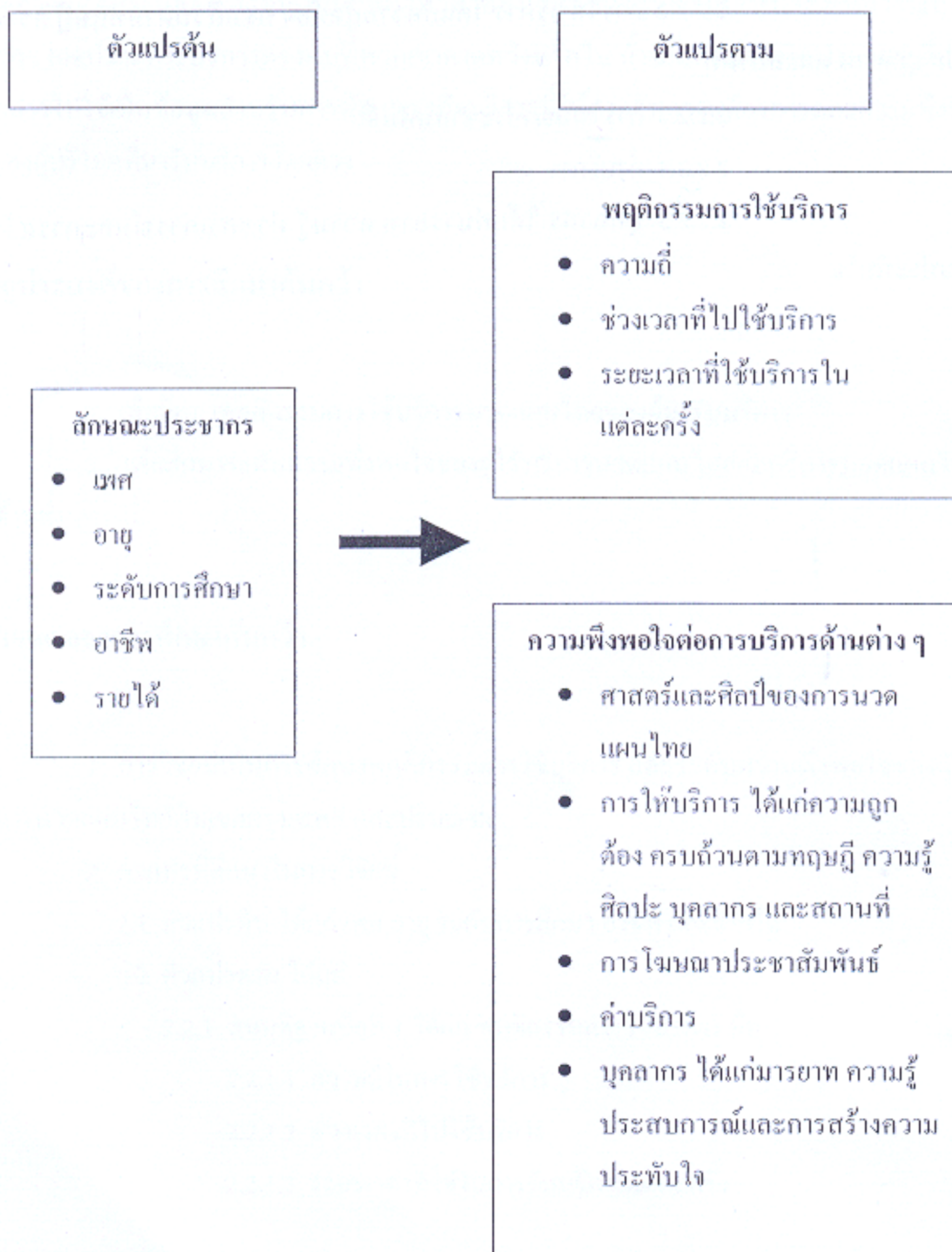
2.2.2.2 การให้บริการ ได้แก่ ความถูกต้อง ครบถ้วนตามทฤษฎี ความรู้
ศิลปะ บุคลากร และสถานที่

2.2.2.3 การโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.2.2.4 ค่าบริการ

2.2.2.5 บุคลากร ได้แก่ มารยาท ความรู้ ประสบการณ์และการสร้าง
ความประทับใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behaviour) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปใช้บริการนวดแผนไทย
2. การนวดแผนไทย (Thai massage) หมายถึง การใช้มือหรือส่วนอื่นๆ ของร่างกายบีบหรือกดเพื่อให้คลายจากความปวดเมื่อยหรือเมื่อยขบ และกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต ระบบประสาท กล้ามเนื้อ ผิวหนัง อวัยวะภายใน และระบบเผาผลาญ ตามแบบแผนการนวดของไทย
3. ความพึงพอใจของผู้บริโภค (customer satisfaction) หมายถึง ความรู้สึก ความชอบทางจิตใจและร่างกาย ซึ่งเกิดจากการที่ผู้รับบริการได้เปรียบเทียบความคาดหวังของตนกับประสบการณ์ที่ได้รับในด้านต่างๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากภาคนิพนธ์

ผลการศึกษาที่ผู้วิจัยหวังว่าจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินการปรับปรุงรูปแบบและพัฒนาการให้บริการนวดแผนไทย โดยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการดังกล่าวในปัจจุบันซึ่งมีตลาดที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว