การรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร

Perception of service quality affecting the customers repurchase of wellness Massage business in Kamphaengphet Province

สิรินาถ พรมชุมสา

Sirinat Promchumsa

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Business Administration Program in Management Ramkhamhaeng University

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร 2) ศึกษาการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร 3) เปรียบเทียบการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร 4) ศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.942 ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย/เดือน ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพ ต่ำกว่าเดือนละ 1 ครั้ง มีช่วงวันที่เลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพ ช่วงเวลา 13.00 – 15.00 น. และส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดตัว 2) การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับมากที่สุด 3) การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรพบว่าอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก 4) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน 5) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน 6) การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การรับรู้, คุณภาพการบริการ, การใช้บริการซ้ำ, นวดเพื่อสุขภาพ

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the behavior of customers using massage shops for health in Kamphaeng Phet Province. 2) study the customer's repurchase of wellness massage business in Kamphaeng Phet Province 4) Compare the customer's repurchase of wellness massage business in Kamphaeng Phet Province 5) Study the perception of service quality Affecting the customer's repurchase of wellness massage Business in Kamphaeng Phet Province. The samples were 385 users of wellness massage in Kamphaeng Phet Province. The research tool was a questionnaire with a reliability of 0.967; The results showed that 1) Most of the respondents were female, aged 31 - 40 years, marital status, bachelor's degree level of education. Occupation: Employee of a private company Average income/month between 30,001 - 40,000 baht. Frequency of using wellness massage less than 1 time per month. Respondents had the time of day that they chose to use the health massage shop during Saturday - Sunday. The time of day that they chose to use the health massage shop was from 1:00 p.m. - 3:00 p.m. and most of them came to use the body massage service. 2) Perception of service quality of wellness massage business in Kamphaeng Phet Province was found to be at the highest level overall. 3) Repeated use of services of wellness massage business in Kamphaeng Phet Province was found to be at the level high level 4) Respondents of different genders have different repeat use of wellness massage. 5) Respondents with different age, marital status, education level, occupation, and average monthly income have different uses of the services of wellness massage

6) Perception of service quality affects the Repurchase of wellness massage business with statistical significance at the .01 level.

Keyword: Perception, Service Quality, Repurchase, Wellness Massage

บทนำ

การนวดเพื่อสุขภาพ เป็นการนวดเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ซึ่งในปัจจุบันการนวดแผนไทยได้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจสปา เนื่องจากสปาเป็นศิลปะที่ไม่ใช่การนวดเพียงอย่างเดียวแต่มีการประยุกต์นำสุนทรียศาสตร์ได้แก่ สัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัสที่สามารถนำมาปรับใช้เพื่อการคลายเครียดทั้งทางร่างกายและจิตใจ ดังนั้นธุรกิจการนวดเพื่อสุขภาพจึงมักจะมีบริการนวดแผนไทยที่มีการบำบัดด้วยมือ หรือที่เรียกว่าหัตถบำบัด ซึ่งการนวดแผนไทยเป็นที่นิยมอย่างมากของชาวต่างชาติ ประกอบกับรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญในการเผยแพร่สปาไทยและการนวดแบบไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากถือเป็นสมบัติด้านวัฒนธรรมของชาติและเป็นภูมิปัญญาของคนไทย สามารถนำรายได้เข้าประเทศไทยและสร้างชื่อเสียงให้ประเทศ ดังนั้น ธุรกิจนวดแผนไทยและสปา จึงเป็นธุรกิจบริการอีกสาขาหนึ่งที่ไทยอาจพิจารณาผลักดันให้มีการลงทุนในต่างประเทศ (ศมน พรหมหิตาทร, 2560)

จังหวัดกำแพงเพชร อยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การส่งเสริมการประกอบธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและนวดแผนไทย โดยในปี 2563 ได้มีโครงการมหกรรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์พื้นบ้านไทย ปีที่ 12 ระดับภาคเหนือ โดยจัดงานร่วมกับ 18 จังหวัดภาคเหนือ ภายใต้แนวคิด “สืบสานภูมิปัญญา รักษามรดกสมุนไพรไทย” ณ วัดพระบรมธาตุ (พระอารามหลวง) ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรโดยมีการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานทั้งในภาครัฐ องค์กรเอกชน และท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการดำเนินการแบบบูรณาการ จึงได้สนับสนุนการดำเนินงานโครงการจัดงานมหกรรมการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้านไทย ระดับภาคมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มวัยมีสุขภาพดี มีการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพรต่างๆในการส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรคในระบบสุขภาพทำให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน (สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดกำแพงเพชร, 2563)

เนื่องจากการสนับสนุนธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดกำแพงเพชร ทำให้มีสถานประกอบการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น เกิดการแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2566 จังหวัดกำแพงเพชรมีสถานประกอบการธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพจำนวน 186 แห่ง ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2565 คิดเป็นร้อยละ 20 และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต (กระทรวงสาธารณสุข, 2566) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลผลการวิจัยไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพให้บรรลุเป้าหมายและสามารถดำเนินธุรกิจให้ดำรงอยู่ได้ในสถานการณ์การแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร
2. ศึกษาการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร
3. เปรียบเทียบการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร
4. ศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการใช้บริการซ้ำแตกต่างกัน
2. การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability) ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจในการบริการ (Assurance) ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ

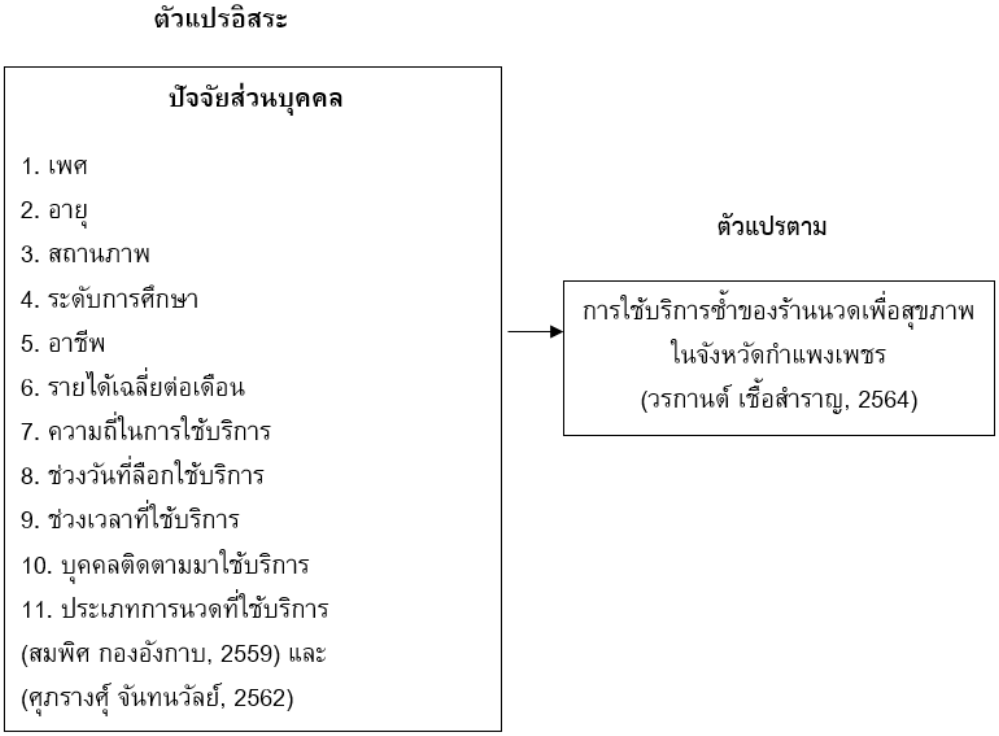
การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วรรณกรรมทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิจัย 1) การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร (Ehsan, HamidReza and Maryam, 2023) ได้แก่ 1) ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Tangibility) 2) ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า (Responsiveness) 5) ความมั่นใจในการบริการ (Assurance) และการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร (วรกานต์ เชื้อสำราญ, 2564)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

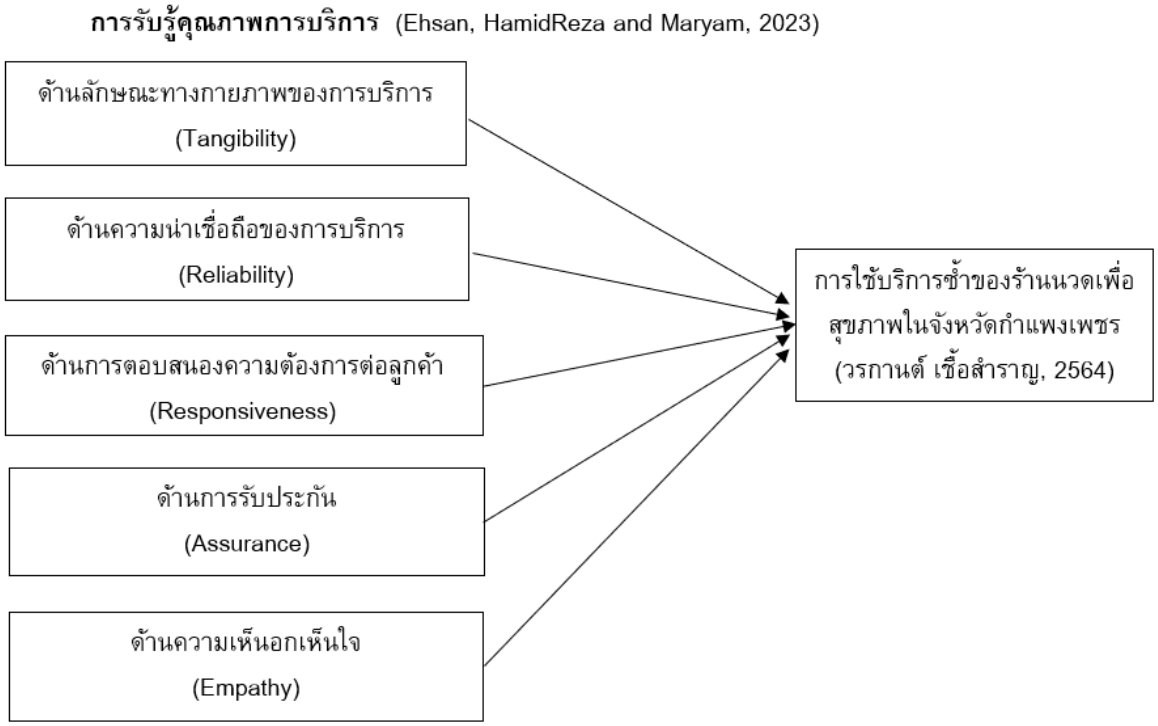
ผู้วิจัยได้ออกแบบกรอบแนวคิดของการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

กรอบแนวคิดที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยที่ 1

กรอบแนวคิดที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัยที่ 2

ระเบียบวิธีวิจัย/วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 385 คน ซึ่งมีจำนวนประชากรไม่แน่นอน จึงคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติของ Cochran (1977 อ้างใน ละเอียด ศิลาน้อย, 2560) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร

3. ขั้นตอนการสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1) ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยก่อนหน้า เกี่ยวกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คุณภาพการบริการ และการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพ

2) นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้

3) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ และขอคำแนะนำ เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนการสำรวจจริง

4) ทำการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย โดยการทดสอบ Try Out กับกลุ่มที่คล้ายคลึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิแอลฟา ครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิแอลฟา ครอนบัค ต้องมีค่ามากกว่า 0.7 แต่ไม่ควรเท่ากับ 1 (ไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ, 2556) ซึ่งผลจากการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิแอลฟา ครอนบัคมีค่าเท่ากับ 0.975

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentages) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และศึกษาศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชรตามวัตถุประสงค์ของที่ 1

2) ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชรตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และศึกษาการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพ ของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชรตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

3) ใช้ Independent simple T-test สำหรับเปรียบเทียบการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร ตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลที่มี 2 กลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 และสมมุติฐานข้อที่ 1

4) ใช้ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพของลูกค้าในจังหวัดกำแพงเพชร ตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลที่มีมากกว่า2กลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 และสมมุติฐานข้อที่ 1

5) ใช้ Multiple Regression สำหรับศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 และสมมุติฐานข้อที่ 2

ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

1. ผลการศึกษา

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ย/เดือน ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพ ต่ำกว่าเดือนละ 1 ครั้ง มีช่วงวันที่เลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพช่วงเวลา 13.00 – 15.00 น. และส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดตัว

2) การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร

การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า, ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ, ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ, ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า และด้านการรับประกัน ตามลำดับ (ดังตารางที่ 1)

3) การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร

จากการศึกษาการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรพบว่าอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลับมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพอีกเมื่อมีโอกาส, จะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ, ยังคงใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพร้านเดิมจะไม่เปลี่ยนร้านใหม่, กลับมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพอีกถึงแม้ราคาจะสูงขึ้น และมีความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพในอนาคต ตามลำดับ (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 การรับรู้คุณภาพการบริการของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร ในภาพรวม

การรับรู้คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
1. ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Tangibility)	4.25	0.74	มากที่สุด	2
2. ด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability)	4.22	0.81	มากที่สุด	3
3. ด้านการตอบสนองความต้องการต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.19	0.82	มาก	4
4. ด้านการรับประกัน (Assurance)	4.14	0.79	มาก	5
5. ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy)	4.26	0.75	มากที่สุด	1
$\bar{X}$	**4.21**	**0.78**	**มากที่สุด**	

ตารางที่ 2 การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร

การใช้บริการซ้ำ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
1. กลับมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพอีกเมื่อมีโอกาส	4.34	0.68	มากที่สุด	1
2. กลับมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพอีกถึงแม้ราคาจะสูงขึ้น	4.14	0.61	มาก	4
3. มีความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพในอนาคต	3.98	0.63	มาก	5
4. ยังคงใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพร้านเดิมจะไม่เปลี่ยนร้านใหม่	4.20	0.65	มาก	3
5. จะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ	4.28	0.78	มากที่สุด	2
$\bar{X}$	**4.19**	**0.67**	**มาก**	

4) การเปรียบเทียบการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร ตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ภาพรวมของการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพ		สถิติทดสอบ
	สถิติ	P-Value	
เพศ	t = 1.587	.000**	ยอมรับสมมติฐาน
อายุ	F = 28.066	.000**	ยอมรับสมมติฐาน
สถานภาพ	F =8.552	.000**	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	F = 34.805	.000**	ยอมรับสมมติฐาน
อาชีพ	F =3.957	.008*	ยอมรับสมมติฐาน
รายได้	F =36.748	.000*	ยอมรับสมมติฐาน

*P≤ .05, **P≤ .01

5) การรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร

จากการทดสอบสมติฐาน พบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า (X_5) และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (X_1) ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุแบบแบบคัดเลือกตัวแปร (Stepwise Multiple Regression Analysis)

	ตัวแปรพยากรณ์	B	SE	Beta	t	Sig
1	ค่าคงที่	2.933	.108		27.097	.000**
2	ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า (X_5)	.154	.024	.306	6.299	.000**
3	ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (X_1)	.129	.022	.287	5.923	.000**

**P≤ .01

จากตารางที่ 4 การรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า (X_5) และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (X_1) ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

โดยค่าสัมประสิทธิ์การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.243 แสดงว่าทั้ง 2 ปัจจัย คือ การรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ) สามารถพยากรณ์การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชรได้ร้อยละ 24.30 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ±0.292

จากผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่นำมาศึกษา พบว่า ตัวแปรต้นที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า (X_5) โดยมีค่าสัมประสิทธ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ .154 รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (X_1) ดยมีค่าสัมประสิทธ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 1.29 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

สมการทำนายในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 3.223 + 0.129X_1 + 0.154X_5 \quad \text{.....สมการที่ 1}$$

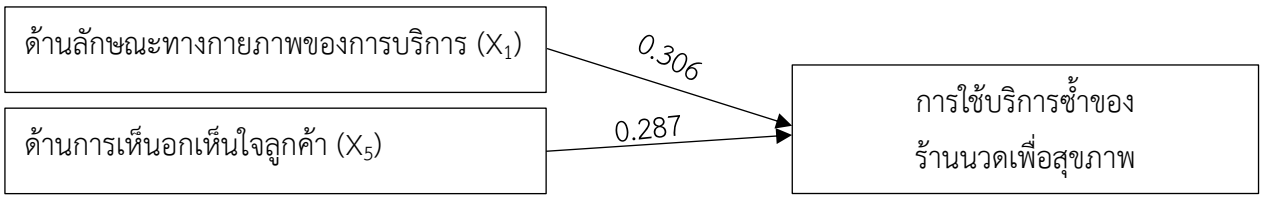
สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Y = 0.306X_1 + 0.287X_5 \quad \text{.....สมการที่ 2}$$

จากสมการที่ 1 จะเห็นได้ว่าหากการรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็น 0.129 หน่วย และหากการรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็น 0.154 หน่วย

จากสมการที่ 2 จะเห็นได้ว่าหากการรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็น 0.306 หน่วย และหากการรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็น 0.287 หน่วย

จากสมการที่ 2 สามารถสรุปเป็นรูปตัวแบบ (โมเดล) ที่ได้จากผลการวิจัยพร้อมสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้



2. อภิปรายผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศมน พรหมหิตาทร (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day spa ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าในปัจจุบันผู้หญิงมีการทำงานนอกบ้านมากขึ้นและมักจะมีอาการปวดเมื่อยจากการทำงาน

2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกันตา วรนันกิตติสร(2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการร้านนวดแผนไทยซ้ำ ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าช่วงวัยนั้นมีผลต่อสุขภาพร่างกาย โดยเฉพาะวันทำงานที่ต้องมีการใช้กล้ามเนื้อในการเคลื่อไหวในการทำงานมากกว่าช่วงวัยอื่น ๆ

3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศมน พรหมหิตาทร (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่

ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day spa ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และได้พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าผู้ใช้บริการในสถานภาพสมรสนั้นมีภารหน้าที่การทำงานที่มากกว่าสถานภาพอื่น ๆ ทำให้มีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพมากกว่าสถานภาพอื่น ๆ

4) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของLiu (2020) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการร้านนวดซ้ำ โดยพบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันอาจมีลักษณะการใช้ชีวิตและการทำงานที่แตกต่างกัน ทำให้ความต้องการในการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพต่างกัน

5) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกันตา วรนันกิตติสร (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการร้านนวดแผนไทยซ้ำ ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และได้พบว่าอาชีพต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าบางอาชีพมีการใช้กล้ามเนื้อในการเคลื่อนไหวในการทำงานมาก อาจมีอาการปวดเมื่อยล้ามากและบ่อยกว่าอาชีพอื่น

6) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีการใช้บริการซ้ำของร้านนวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu (2020) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการร้านนวดซ้ำ และได้พบว่ารายได้ต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของร้านนวดแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าผู้ที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสและมีกำลังซื้อในการใช้บริการร้านนวดมากกว่าคนที่มีรายได้น้อยกว่า

7) การรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ) ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัศวิน แสงพิกุล(2022) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความเข้าใจการประเมินคุณภาพการบริการทั้งเชิงอัตนัยและเชิงวัตถุประสงค์ ผ่านการร้องเรียนทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าสปาในกรุงเทพมหานคร แลพะได้พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อการใช้บริการร้านนวดและสปา ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าลูกค้าให้ความสำคัญต่อการให้บริการมากที่สุด เช่น การใช้อุปกรณ์ในการบริการ ที่สะอาด ปลอดภัย ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน การบริการที่น่าเชื่อถือ มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ใบรับรองการอนุญาตให้ ประกอบการนวดที่ถูกต้องในการนวดเพื่อสุขภาพ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้าเป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพของประชากรในจังหวัดกำแพงเพชรแตกต่างกันนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงลูกค้าในด้านเพศ ช่วงวัย และอาชีพที่หลากหลายในวันสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) จากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการ (ด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า และด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ) ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดกำแพงเพชร ดังนั้นในด้านการเห็นอกเห็นใจลูกค้า ผู้ประกอบการจึงควรเน้นการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นสำคัญ เมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือควรมีการรีบดำเนินการช่วยเหลือด้วยความรวดเร็ว และควรมีการติดตามผลการใช้บริการนวดของลูกค้าเพื่อนำผลการติดตามนั้นมาปรับปรุงการบริการนวดเพื่อสุขภาพให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการควรมีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพของการบริการ เช่น การบริการที่ได้มาตรฐาน มีผู้เชี่ยวชาญด้านการนวดเฉพาะทาง มีรับประกันผลการใช้บริการที่สามารถทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำร้านนวดเพื่อสุขภาพของประชากรในจังหวัดกำแพงเพชร เช่น ทัศนคติ การรับข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

2) ควรมีการศึกษาในด้านเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่หลากหลายและมีความชัดเจนมากขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงแรงงาน. (2557). สถานประกอบการธุรกิจนวด. *วารสารเพื่อนคนทำงาน*, 3(ตุลาคม-ธันวาคม), 1-31.

กระทรวงสาธารณสุข. (2566). นวดและสปา. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. จาก https://prgroup.hss.moph.go.th/

ชวนา อังคนุรักษ์พันธ์. (2563). อิทธิพลการส่งผ่านของความพึงพอใจและความผาสุกในชีวิตที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างคุณค่าร่วมกันและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม. *วารสารการจัดการธุรกิจบูรพา*, 9(2), 86-104.

น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). *การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560*. สำนักวิทยาบริการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ไพรรัตน์ แก้วดี. (2565). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำและความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อร้านสะดวกซื้อ. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 18(3), 121-132.

ละเอียด ศิลาน้อย. (2560). การใช้สูตรทางสถิติที่ถูกต้องในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณในทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 12(2), 50-61.

วัชราภรณ์ อารีรัตนศักดิ์. (2562). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความไว้เนื้อเชื่อใจที่มีต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในธุรกิจร้านอาหาร. *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษาและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 10(2), 73-85.

ศมน พรหมหิตาทร. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day spa ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดกำแพงเพชร. (2563). การนวดแผนไทยในจังหวัดกำแพงเพชร. จาก https://kpp.nfe.go.th/main/?page_id=116&lang=TH

Arlanda, R. E. Z. H. A., & Suroso, A. G. U. S. (2018). The influence of food & beverage quality, service quality, place, and perceived price to customer satisfaction and repurchase intention. *Journal of Research in Management*, 1(1), 28-37.

Cochran W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: Wiley.

Ehsan KhanMohammadi, HamidReza Talaie, Maryam Azizi, (2023). A healthcare service quality assessment model using a fuzzy best–worst method with application to hospitals with in-patient services, *Healthcare Analytics*, 4(9), 1-11.

Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Ryoo, J. H., & Kim, J. (2012). Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention. Electronic commerce research and applications, 11(4), 374-387.