



การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 4
2 - 3 กรกฎาคม 2558
ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่



ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘
ได้แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปแล้ว นั้น เนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ตั้งนั้น เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัย
แม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ
พิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

- | | | |
|-----|--------------------------------|----------------|
| ๑. | รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์ | แสงอาสภวิริยะ |
| ๒. | รองศาสตราจารย์ ดร.บุญพรรณ | วิงวอน |
| ๓. | รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม | วงศ์สารศรี |
| ๔. | รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย | ตันษ์จิตานนท์ |
| ๕. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ | ศิริวงศ์ |
| ๖. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิธากรณ์ | ธนิตเบญจสิทธิ์ |
| ๗. | รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ | สมยานะ |
| ๘. | รองศาสตราจารย์จำเนียร | บุญมาก |
| ๙. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร | ศิริโกคากิจ |
| ๑๐. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช | สมกันธา |
| ๑๑. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา | สุระ |
| ๑๒. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช | ชุลิกาวิทย์ |
| ๑๓. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา | สุกเพชร |
| ๑๔. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ | สัมฤทธิ์สกุล |
| ๑๕. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ | อวิโรธนานนท์ |
| ๑๖. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา | ศรีนถาวรณ |

๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์...


๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามพ	พันธุ์แพ
๑๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินตะขันธ์
๑๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภุชฌิตา	เตชเถกิง
๒๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา	คภะสุวรรณ
๒๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดถนอม	ตันเจริญ
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์	เมียนกำเนิด
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรี	ปานซาง
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	ท้วมรุ่งโรจน์
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หยุดเย็น
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดณ์	ชมระกา
๒๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ	พองเพชร
๒๘.	อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์	กล่อมทองเจริญ
๒๙.	อาจารย์ ดร.กัญฐณา	ดิษฐ์แก้ว
๓๐.	อาจารย์ ดร.กุลชญา	แวนแก้ว
๓๑.	อาจารย์ ดร.เขมกร	ไชยประสิทธิ์
๓๒.	อาจารย์ ดร.จำเนียร	จวงตระกูล
๓๓.	อาจารย์ ดร.ชนันธมา	คิวโมกษธรรม
๓๔.	อาจารย์ ดร.ชัชชัย	สุจริต
๓๕.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	ใบไม้
๓๖.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	โฆษภัทรพิมพ์
๓๗.	อาจารย์ ดร.ฐิติกุล	ไชยวรรณ
๓๘.	อาจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี
๓๙.	อาจารย์ ดร.ชนศักดิ์	ต้นตินาคม
๔๐.	อาจารย์ ดร.ธีรวัลักษณ์	สัจจะวาที
๔๑.	อาจารย์ ดร.นทีทิพย์	สรรพตานนท์
๔๒.	อาจารย์ ดร.นิตศักดิ์	เจริญรูป
๔๓.	อาจารย์ ดร.เบญจวรรณ	สุจริต
๔๔.	อาจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์
๔๕.	อาจารย์ ดร.ปิติมา	ดิศกุลเนติวิทย์
๔๖.	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์
๔๗.	อาจารย์ ดร.เฟด็จ	ทุกษ์สุญ
๔๘.	อาจารย์ ดร.พรรณีภา	เกสัชพิพัฒน์กุล

๔๙. อาจารย์...

๔๙.	อาจารย์ ดร.ภัทริกา	มณีพันธ์
๕๐.	อาจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
๕๑.	อาจารย์ ดร.รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร
๕๒.	อาจารย์ ดร.วันนิวัต	ปิ่นสุวงศ์
๕๓.	อาจารย์ ดร.ศรุต	วรุณกุล
๕๔.	อาจารย์ ดร.อนุชา	กันทรดุษฎี
๕๕.	อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
๕๖.	อาจารย์ ดร.อัจฉราพร	แปลงมาลัย
๕๗.	อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

คุณภาพการบริการและความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา
ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดเพชรบุรี
Service Quality and Brand Loyalty in Thai Message and Spa shop
of Consumers in Phetburi Province

ณัฐวุฒิ เรียงวงศ์¹ และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี²

¹ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

² อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาคุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดเพชรบุรี และศึกษาถึงความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปาของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ที่เคยใช้บริการของกิจการร้านนวดและสปา ในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น จากผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการในกิจการร้านนวดและสปา มีความคิดเห็นในคุณภาพและการบริการอยู่ในระดับดีมาก และความภักดีต่อกิจการร้านนวดและสปาอยู่ในระดับดี ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานทางสถิติพบว่าคุณภาพการบริการของกิจการร้านนวดและสปานั้นมีส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ , ความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา

Abstract

This research aims to study the service quality affecting the brand loyalty towards thai massage and spa shop of consumers in Phetburi province and to examine the customer's brand loyalty towards thai massage and spa consumers in Phetburi province. The data was collected 400 samples who were customer of thai massage and spa shop in Phetburi province. The instrument of collecting the data of this research was questionarie. The statistics used in this study were analyzed by Statistics Package for the Social Sciences(SPSS) Statistic that is Frequency, Percentage, Means, Standard deviation and Linear Regression. The result showed that the respondents perceived at excellent level of service quality towards Thai massage and Spa shop in Phetburi and the brand loyalty of Thai massage and Spa store are presented at good level. The statistically tests indicated that the service quality of Thai massage and Spa store affecting brand loyalty of Thai massage and Spa shop.

Keywords : Service quality , Brand loyalty of Thai massage and Spa store

1. บทนำ

ในปัจจุบันสังคมไทยเกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงที่มีผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งยังส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการแข่งขันในการประกอบอาชีพที่มีความเข้มข้นขึ้น ค่าครองชีพที่สูงขึ้น เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดทำให้เกิดเป็นปัญหาสังคมต่างๆตามมาเช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม และปัญหาการฆ่าตัวตายที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในสังคม (กรมสุขภาพจิต, 2555)

โดยวิธีแก้ไขปัญหาคือความเครียดมีหลากหลายวิธี โดยวิธีที่สามารถทำได้ง่ายและสะดวก คือ การเลือกใช้ธุรกิจบริการเพื่อผ่อนคลายความเครียด ซึ่งธุรกิจบริการนับเป็นธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ โดยสิ่งที่คุณภาพของการบริการต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ คือคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งจำเป็นต้องทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจในการบริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการและยังเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจการที่สำคัญอย่างหนึ่ง

สำหรับธุรกิจบริการในเมืองไทย กิจการร้านนวดและสปา เป็นธุรกิจบริการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งคนไทยและคนต่างประเทศที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งการนวดและสปา นอกจากจะสามารถใช้ในการรักษาโรคบางชนิดแล้ว ยังสามารถใช้เพื่อบำบัดความเครียดทำให้ผู้ที่ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งหากสถานบริการร้านนวดและสปานั้น ๆ มีการบริการที่ดีและมีคุณภาพ จะส่งผลให้ลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นเกิดความประทับใจ และอาจมาใช้บริการอีกครั้งในภายหลังหรืออาจจะมีการแนะนำให้คนรู้จักเข้ามาใช้บริการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาคุณภาพของการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของกิจการร้านนวดและสปาของกลุ่มคนในจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งในบริเวณจังหวัดเพชรบุรีนั้นเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เดินทางมามากมาย โดยการมาท่องเที่ยวของคนส่วนใหญ่มาจากความต้องการการผ่อนคลายจากความเครียดในการทำงาน ดังนั้นกิจการร้านนวดและสปาจึงเป็นสถานที่ที่ผู้คนที่อาศัยอยู่ในแถบนี้ให้ความสนใจจำนวนมาก จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพการบริการของกิจการร้านนวดและสปาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อนำผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการร้านนวดและสปา ในเขตจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา
3. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปาของลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการนั้นนับเป็นวัตถุประสงค์หลักของการบริการ ที่นำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง กล่าวคือการทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าหรือบริการ ดังนั้นคุณภาพการบริการ (Service Quality) จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับธุรกิจบริการเป็นอย่างมาก โดยหลังจากที่ลูกค้าได้รับการบริการก็จะเป็นผู้ประเมินว่า

การให้บริการนั้นได้ระดับเพียงพอกับความคาดหวังของตนหรือไม่ หากการบริการนั้นได้ระดับที่เพียงพอก็คจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการนั้น ในทางกลับกันหากการบริการนั้นมีคุณภาพที่ไม่ได้ระดับตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าผิดหวังกับการให้บริการทำให้รู้สึกไม่คุ้มค่ากับเงินที่ตนจ่ายไป ทำให้ไม่อยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ดังนั้นคุณภาพการบริการ (Service Quality) จึงหมายถึงคุณภาพที่มากพอที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ในการใช้การประเมินคุณภาพการบริการ จะใช้ “SERVQUAL Model” ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับเป็นมาตรฐานในการประเมินคุณภาพการบริการทางการตลาด โดยมีองค์ประกอบดังนี้ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550)

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัสและการบริการนั้นเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) หมายถึงความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ การบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและสม่ำเสมอทุกครั้งที่มีการบริการ ที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการอย่างทั่วถึง รวดเร็วและไม่ต้องรอนาน

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึงผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้วยความสุภาพมีกิริยาและมารยาทที่ดี ในการให้บริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเอาใจใส่ดูแล และความเอื้ออาทรเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความหวังที่แตกต่างกันของผู้รับบริการในแต่ละคน

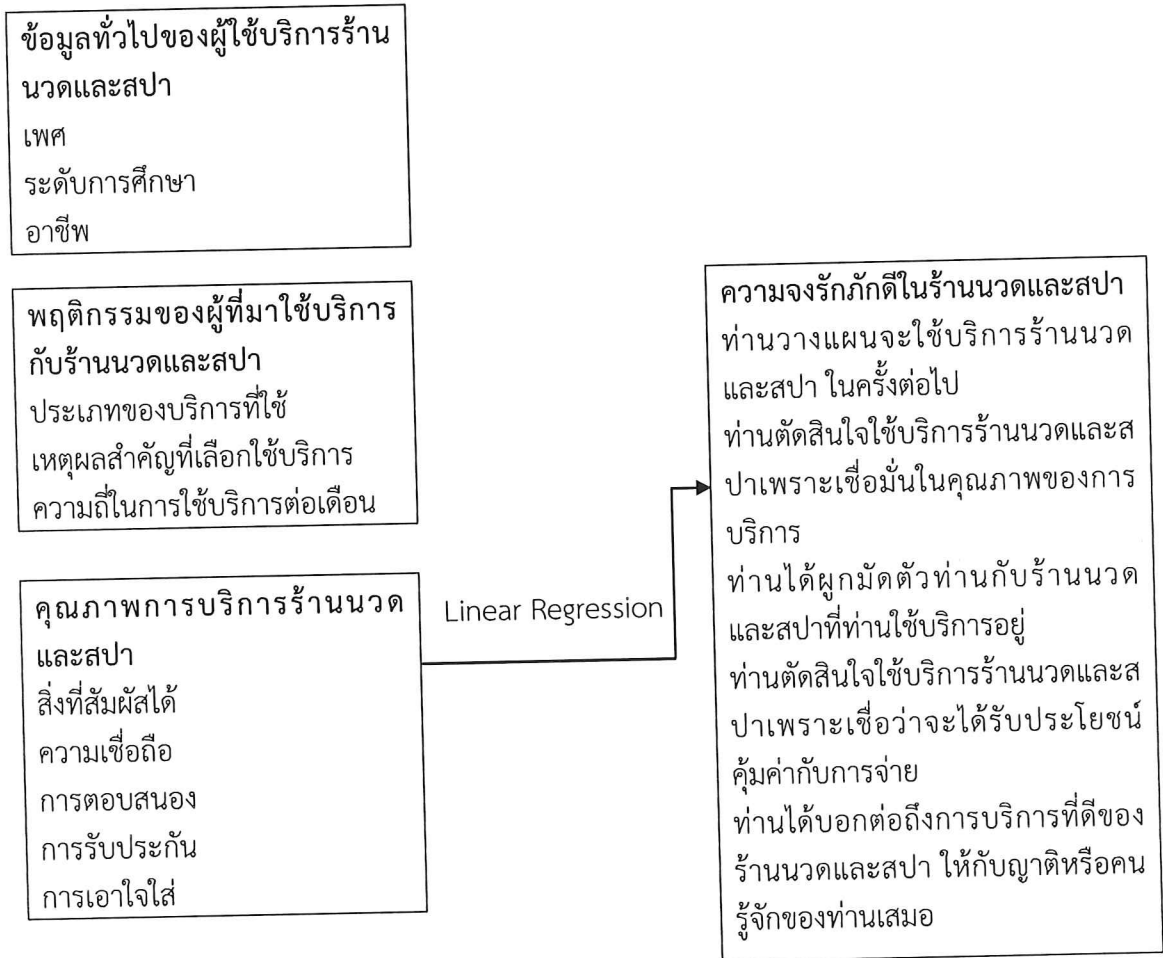
ความภักดีต่อตราสินค้าหมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการและ ผู้บริโภคมีความผูกพันต่อตราสินค้าและบริการนั้น จึงเป็นเหตุให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Oliver, 1999)

ความภักดีในตราสินค้าหมายถึง พันธกิจที่ลึกซึ้งในการกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในสินค้าและบริการที่ชื่นชอบอย่างต่อเนื่องโดยไม่สนใจอิทธิพลทางสถานการณ์และความพยายามทางการตลาดที่มีแนวโน้มในการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (ภานุ ลิ้มมานนท์, 2548)

4. สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการบริการของร้านนวดและสปาส่งผลต่อความจงรักภักดีในธุรกิจการร้านนวดและสปา

5. กรอบแนวคิด



6. ระเบียบวิธีการวิจัย

6.1 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อสรุปผลการวิจัย และนำมาทำรายงาน

6.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการกิจการร้านนวดและสปา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Non Probability) จึงใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มสุทธการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554:28) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และได้มีการเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถามสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง (5%) ดังนั้นขนาดตัวอย่างรวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

$$N = \frac{z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
 z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติ
 มาตรฐานซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดคือ 95% ดังนั้นค่า $z = 96$
 e = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากร
 ทั้งหมด (p) ที่ยอมรับได้ที่ 5% ดังนั้นค่า $e = 0.05$

โดยนำไปแทนค่าดังนี้

$$N = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง โดยสำรองเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม จำนวน 15 ตัวอย่างรวมเป็น 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการกิจการร้านนวดและสปา 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จำแนกแหล่งการแจกแบบสอบถามเป็น 2 แหล่ง คือ การแจกแบบสอบถามแบบการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และการแจกแบบสอบถามแบบการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และแบ่งสัดส่วนการแจกแบบสอบถามกลุ่มละ 200 คนเท่าๆกัน
2. การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposivesampling) โดยแจกแบบสอบถามกับผู้ที่เคยใช้บริการร้านนวดและสปา โดยผู้แจกแบบสอบถามถามผู้ที่น่าจะเป็นกลุ่มตัวอย่างว่า “ท่านเคยใช้บริการกิจการร้านนวดและสปาหรือไม่” ถ้าคำตอบว่า “ใช่” ให้ทำการตอบแบบสอบถามและทำซ้ำจนครบตามจำนวนที่กำหนด
3. การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการสอบถามผู้ที่เคยใช้บริการกิจการร้านนวดและสปาผ่านอินเทอร์เน็ต ในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการคลิกเข้าไปตอบแบบสอบถาม จนครบจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดในข้อที่ 1

6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม เรื่อง “ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดเพชรบุรี” แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านนวดและสปา ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการกับ ร้านนวดและสปา ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านนวดและสปา ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดีในร้านนวดและสปา ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการของร้านนวดและสปา ให้มีคุณภาพการบริการที่ดี

6.4 ขั้นตอนการวิจัย

6.4.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากหนังสือวารสาร และบทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงคุณภาพการบริการของกิจการร้านนวดและสปา และได้ใช้มาตรวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัส

ได้ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ มาใช้ในการทำแบบสอบถาม

6.4.2 ร่างแบบสอบถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้วัตถุประสงค์เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

6.4.3 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวนทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อพิจารณาในด้าน ความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถาม เพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม

6.4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวนผู้ใช้บริการร้านนวดและสปา จำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach,1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.981

6.4.5 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ หลังจากผ่านการปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามสำหรับผู้ใช้บริการกิจการร้านนวดและสปา ในเขตจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 ชุด

6.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

6.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ และ ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และสำหรับในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความภักดีในตราสินค้า โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยทำการทดสอบสมมุติฐานเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Linear Regression)

6.6 การแปลผลคะแนนแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยเกณฑ์การประเมินแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับ 1-5 คะแนน โดยการใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค.2537)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

7. ผลการศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านนวดและสปา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 มีอายุระหว่าง 45 – 54 จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 มีรายได้ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการกับ ร้านนวดและสปา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของร้านนวดและสปาเป็นเวลา 1 – 2 ปี 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดไทยจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากมีสถานที่สะอาดและปลอดภัยจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 มาใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อเดือนจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 มักเลือกไปใช้บริการวันเสาร์จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ช่วงเวลา 15.31 – 17.00 น. จำนวน 128 คนคิดเป็นร้อยละ 32 ส่วนใหญ่เพื่อนเป็นคนแนะนำให้ใช้บริการจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านนวดและสปา

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของร้านนวดและสปา

คุณภาพการบริการของร้านนวดและสปา	\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)	4.27	.483	มากที่สุด
ความเชื่อถือ (Reliability)	4.37	.462	มากที่สุด
การตอบสนอง (Responsiveness)	4.22	.485	มากที่สุด
การรับประกัน (Assurance)	4.28	.493	มากที่สุด
การเอาใจใส่ (Empathy)	4.27	.505	มากที่สุด

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาคุณภาพการบริการของกิจการร้านนวดและสปา ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .418) เมื่อพิจารณาพบว่าด้านความเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = .462) รองลงมาคือด้านการรับประกัน ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .493) รองลงมาด้านที่สัมผัสได้ ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = .483) และด้านการเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = .505) และน้อยที่สุดคือด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = .485)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีในร้านนวดและสปา

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา

ความจงรักภักดีในร้านนวดและสปา	\bar{X}	S.D.	การแปลความหมาย
1.ท่านวางแผนจะใช้บริการร้านนวดและสปา ในครั้งต่อไป	4.16	.718	มาก
2.ท่านตัดสินใจใช้บริการร้านนวดและสปาเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการ	4.21	.653	มากที่สุด
3.ท่านได้ผูกมัดตัวท่านกับร้านนวดและสปาที่ท่านใช้บริการอยู่	3.64	.566	มาก
4.ท่านตัดสินใจใช้บริการร้านนวดและสปาเพราะเชื่อว่าจะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากับการจ่าย	4.15	.667	มาก
5.ท่านได้บอกต่อถึงการบริการที่ดีของร้านนวดและสปา ให้กับญาติหรือคนรู้จักของท่านเสมอ	4.12	.668	มาก
รวมความจงรักภักดีในร้านนวดและสปา	4.06	.521	มาก

ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาความจงรักภักดีในร้านนวดและสปา ในภาพรวมพบว่า ผู้ใช้บริการมีความภักดีในร้านนวดและสปาอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = .521)

ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Linear Regression) รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเมื่อคุณภาพของการบริการเป็นตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t-test	Sig.
(Constant)		0.67	0.18		6.25	0.014
สิ่งที่สัมผัสได้	X ₁	0.13	0.03	0.17	3.88	0.000
ความเชื่อถือ	X ₂	0.16	0.03	0.20	4.38	0.000
การตอบสนอง	X ₃	0.04	0.04	0.05	0.96	0.003
การรับประกัน	X ₄	0.28	0.05	0.33	6.18	0.004
การเอาใจใส่	X ₅	0.06	0.03	0.08	1.99	0.047

R= 0.64 R Square = 0.42 Adjusted R Square = 0.41 Std. Error of the Estimate = 0.40

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 3 พบว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา ทั้ง 5 ด้าน ประกอบไปด้วย สิ่งที่สัมผัสได้ ความเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ เนื่องจากค่านัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H₀ และยอมรับ H₁ ดังนั้นสิ่งที่สัมผัสได้ , ความเชื่อถือ , การตอบสนอง , การรับประกัน และการเอาใจใส่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา

จากการแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา ทั้ง 5 ด้านดังนี้

$$\hat{Y} = 0.67 + (0.17)X_1 + (0.20)X_2 + (0.05)X_3 + (0.33)X_4 + (0.08)X_5$$

เมื่อ \hat{Y} แทนความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา โดยรวม

- X_1 แทน คุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้
 X_2 แทน คุณภาพการบริการในด้านความเชื่อถือ
 X_3 แทน คุณภาพการบริการในด้านการตอบสนอง
 X_4 แทน คุณภาพการบริการในด้านการรับประกัน
 X_5 แทน คุณภาพการบริการในด้านการเอาใจใส่

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปาโดยรวม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ สิ่งที่สัมผัสได้ ความเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการได้รับคุณภาพในการบริการทั้งในสิ่งที่สัมผัสได้ ความเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ในระดับสูงจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปาสูง สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
คุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ส่งผลทางบวกต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา	สนับสนุน
คุณภาพการบริการในด้านความเชื่อถือส่งผลทางบวกต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา	สนับสนุน
คุณภาพการบริการในด้านการตอบสนองได้ส่งผลทางบวกต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา	สนับสนุน
คุณภาพการบริการในด้านการรับประกันได้ส่งผลทางบวกต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา	สนับสนุน
คุณภาพการบริการในด้านการเอาใจใส่ส่งผลทางบวกต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา	สนับสนุน

8. การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในกิจการร้านนวดและสปา ของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดเพชรบุรี สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการกิจการร้านนวดและสปา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 45 - 54 และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีรายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท
2. จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการกิจการร้านนวดและสปา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของร้านนวดและสปาเป็นเวลา 1 - 2 ปีและเลือกใช้บริการนวดไทยจำนวน เหตุผลที่เลือกใช้บริการเนื่องจากมีสถานที่สะอาดและปลอดภัย โดยปกติมาใช้บริการ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน และมักเลือกไปใช้บริการวันเสาร์ ใน ช่วงเวลา 15.31 - 17.00 น. ซึ่งส่วนใหญ่เพื่อนเป็นคนแนะนำให้ใช้บริการ
3. จากการศึกษาคุณภาพการบริการของกิจการร้านนวดและสปา ในภาพรวมมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดีมาก และผู้มาใช้บริการมีความภักดีต่อกิจการร้านนวดและสปาในภาพรวมอยู่ใน

ระดับดี โดยผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณภาพการบริการของกิจการร้านนวดและสปาส่งผลต่อความภักดีต่อกิจการร้านนวดและสปา ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2554.) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนไข้ กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการทดสอบพบว่าคุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้, ด้านความเชื่อถือ, ด้านการตอบสนอง, ด้านการรับประกัน และด้านการเอาใจใส่ ส่งผลต่อความภักดีที่ลูกค้ามีต่อกิจการร้านนวดและสปา

9. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการบริการของกิจการร้านนวดและสปา พบว่าผู้ใช้บริการให้ระดับคุณภาพของการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เพียงแต่ต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านการรับประกัน ซึ่งได้แก่ การพัฒนาคุณภาพของการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขโดยการศึกษามาตรฐานของการนวดและสปาที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดและนำมาพัฒนาการให้บริการในกิจการ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่เกิดความกังวลว่าจะได้รับอันตรายในการเข้ามาใช้บริการอีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่กิจการ ต่อมาก็ควรปรับปรุงด้านกำหนดระยะเวลาให้บริการโดยอาจจะมีการนำพนักงานเพื่อจับเวลาของการให้บริการ เมื่อหมดเวลาให้บริการอาจใช้สัญญาณเป็นเสียงเพลงเพื่อบอกให้พนักงานที่ให้บริการลูกค้าอยู่รับทราบเพื่อควบคุมระยะเวลาที่ให้บริการ พอดีกับความต้องการลูกค้าโดยจะไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความรำคาญใจในช่วงเวลาของการให้บริการบางครั้งนานเกินไปหรือบางครั้งอาจจะเร็วเกินไป อีกด้านที่ควรปรับปรุงคือด้านการเอาใจใส่ในเรื่องของการให้บริการผู้ใช้บริการทุกระดับอย่างเสมอภาคและเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความอ่อนน้อม วาจาสุภาพ และมีมารยาทที่ดี ดังนั้นจึงควรให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมดูแลความประพฤติของพนักงานและจัดอบรมเพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการด้วยหัวใจ โดยให้ความสำคัญกับความรูสึกของลูกค้าเป็นหลักซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและเป็นการสร้างความจงรักภักดีในกิจการร้านนวดและสปา

10. เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2554). ความหมายของคุณภาพการให้บริการ. สืบค้นวันที่ 14 พฤษภาคม 2558, จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=3&bookID=1285&read=true&count=true.
- ชำนาญ ภูเอี่ยม. (2537). การสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มารับบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 1). อุดรดิตต์ : ฟ้าออกเซ็ทอาร์ท.
- นรินทร์ องค์อินทรีและวีรวิฑู มาชะศิริรานนท์. (2547). Loyalty วิถีที่ถูกต้อง (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ธรรมการพิมพ์.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2552). บริการให้ตรงใจ...ใครๆก็กลับมา (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : บริษัท พงศ์วารินการพิมพ์ จำกัด.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2554). กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : บริษัท ภาณุริณาส จำกัด.
- ยิ่งศักดิ์ โควสุรัตน์. (2553). ประตุสู่ความร่ำรวย (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี : โรงพิมพ์มติชนปากเกร็ด

- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). การจัดการตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
แสงดาว.
- สมิต สัชฌุกร. (2546). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สาย
ธาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2545). ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: ธรรมมลการพิมพ์.
- Punyapon Tepprasit.(2556). First draft of SERVQUAL Model. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม
2558,จาก [http://punyaponmvp.blogspot.com/2013/08/first-draft-of-servqual-
model.html](http://punyaponmvp.blogspot.com/2013/08/first-draft-of-servqual-model.html).