

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวสุรีพร พรหมแปง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	กันยายน 2547
จำนวน	64 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการนวดแผนโบราณ และศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถาม โดยรวบรวมประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 372 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าทางสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One Way Anova) ด้วยเทคนิค LSD และ Independent-Samples t-test ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพการสมรสโสด มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา พาหนะที่ใช้ในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้บริการรถเช่า ได้แก่ รถจักรยาน รถมอเตอร์ไซด์และรถยนต์ เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวและสถานที่พักใช้บริการเกสเฮาส์

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการใช้บริการนวดแผนโบราณ พบว่าส่วนใหญ่รู้จักการนวดแผนโบราณหลังมาเมืองไทย รู้จักจากหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารท้องถิ่น และคำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ รู้จักรูปแบบการนวดร่างกายและการนวดฝ่าเท้า เพื่อต้องการทดลองและการผ่อนคลาย

คล้ายกล้ามเนื้อ อาการมีเยื่อล้า มีระดับความพึงพอใจในรูปแบบการนวดร่างกาย นวดฝ่าเท้ามาก
ระยะเวลาที่ใช้ในการนวด 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการนวดอยู่ระหว่าง 50- 150 บาทต่อชั่วโมง
ช่วงเวลาที่ให้บริการนวดแผนโบราณ 17.01 – 21.00 น. ใช้สถานที่ร้านนวดแผนโบราณเนื่องจากมีราคา
ประหยัด

ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคริพิจารณาเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณให้ความสำคัญมาก
ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ

ให้ความสำคัญปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดสำหรับผู้ให้บริการนวดแผนโบราณของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติจำแนกตามอายุ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอายุต่ำกว่า 25 ปี 25-35 ปี 36-45 ปีและ 46
ปีขึ้นไป มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดสำหรับผู้ให้บริการนวดแผนโบราณของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการนวดต่อครั้ง พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญของ
ปัจจัยทางการตลาดไม่แตกต่างกัน