

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการร้านนวดแผนไทยซ้ำ ของผู้บริโภค ใน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

FACTORS AFFECTING REPURCHASE INTENTIONS OF TRADITIONAL THAI MASSAGE
SHOP IN BANGKOK AND VICINITY

กัณฑ์ วรณันกิตติสร 6450462

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., สุทธาวรรณ ชาติ, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้
บริการร้านนวดแผนไทยซ้ำ ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ
(Quantitative research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จาก
ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการร้านนวดแผนไทย ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา
โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนเมษายน - มิถุนายน 2566 จากการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น
(Non-probability sampling) ชนิดการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) ผลการศึกษา
พบว่าผู้ใช้บริการร้านนวดแผนไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายและหญิงในจำนวนเท่ากัน มีอายุ 31-35 ปี
สถานภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ตั้งแต่ 30,001 ถึง 45,000 บาท โดยในด้านพฤติกรรมส่วนใหญ่ใช้บริการร้านนวดแผนไทย 2 ครั้งต่อ
เดือน ใช้เวลาเฉลี่ย 1 ชั่วโมงต่อครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ เพื่อผ่อนคลายความเครียด

ทั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ
(Service Quality) และการรับรู้คุณค่า (Perceived Value) ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำของ
ร้านนวดแผนไทยได้แก่ ความไว้วางใจในตราสินค้า (Brand Trust), การรับรู้คุณค่า (Perceived Value)
และ ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ/ การตั้งใจซื้อซ้ำ/ ร้านนวดแผนไทย