มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษากลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาวิจัยที่นำทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจนวดแผนไทยให้กับผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ที่สนใจ โดยการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป
    1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
    1.2 สภาพชุมชนในเกาะเมืองประวัติศาสตร์
    1.3 ประวัติความเป็นมาของการนวดแผนไทย
    1.4 ประเภทของการนวดแผนไทย
    1.5 ความรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทย
    1.6 ประโยชน์จาการนวดแผนไทย
    1.7 ภาวการณ์ตลาดธุรกิจนวดแผนไทย
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง
    2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
    2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
    2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
    2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
    3.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภค
    3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นราชธานีเก่าแก่ของประเทศสยาม ประกอบด้วย 5 ราชวงศ์ คือ ราชวงศ์อู่ทอง ราชวงศ์สุพรรณภูมิ ราชวงศ์สุโขทัย ราชวงศ์ปราสาททอง และราชวงศ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บ้านพลูหลวง มีกษัตริย์ปกครองทั้งสิ้น 33 พระองค์ โดยมีปฐมกษัตริย์ คือ สมเด็จพระรามาธิบดีที่ 1 (พระเจ้าอู่ทอง) พระนครศรีอยุธยาจึงนับเป็นราชธานีที่มีอายุยาวนานที่สุดในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตลอดระยะเวลา 417 ปี ที่กรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีแห่งราชอาณาจักรไทย มิได้เป็นเพียงช่วงแห่งความเจริญสูงสุดของชนชาติไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างสรรค์อารยธรรมของหมู่มวลมนุษยชาติ ซึ่งเป็นที่ประจักษ์แก่นานาอารยประเทศอีกด้วยแม้ว่ากรุงศรีอยุธยาจะถูกทำลายเสียหายจากสงครามกับประเทศเพื่อนบ้านหรือจากการบุกรุกขุดค้นของพวกเรากันเอง แต่สิ่งที่ปรากฏให้เห็นในปัจจุบันนี้ยังมีร่องรอยหลักฐานซึ่งแสดงอัจฉริยภาพและความสามารถอันยิ่งใหญ่ของบรรพบุรุษแห่งราชอาณาจักรผู้อุทิศตนสร้างสรรค์ความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรม และความมั่งคั่งไว้ให้แก่ผืนแผ่นดินไทย หรือแม้แต่ชาวโลกทั้งมวล จึงเป็นที่น่ายินดีว่าองค์การยูเนสโก้ โดยคณะกรรมการมรดกโลกได้มีมติรับนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเป็นพื้นที่ที่ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 ไว้ในบัญชีมรดกโลก เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนีเซีย พร้อมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-อุทยานประวัติศาสตร์ ศรีสัชนาลัย-อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร โดยจะมีผลให้ได้รับความคุ้มครองตามอนุสัญญาที่ประเทศต่างๆ ได้ทำร่วมกัน จึงสมควรที่อนุชนรุ่นหลังจะได้ไปศึกษาเยี่ยมชมเมืองหลวงเก่าแห่งนี้ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นโบราณสถาน ได้แก่ วัด และพระราชวังต่างๆ พระราชวังในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอยู่ 3 แห่ง คือ พระราชวังหลวง วังจันทรเกษมหรือวังหน้า และวังหลัง นอกจากนี้ยังมีวังและตำหนักนอกอำเภอพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นที่สำหรับเสด็จประพาส ได้แก่ พระราชวังบางปะอิน ในเขตอำเภอบางปะอิน และตำหนักนครหลวง ในเขตอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 76 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งสิ้นประมาณ 2,556 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอนครหลวง อำเภอภาชี อำเภอบ้านแพรก อำเภอบางซ้าย อำเภอบางไทร อำเภอลาดบัวหลวง อำเภอบางบาล อำเภอมหาราช อำเภอบางปะหัน อำเภอเสนา อำเภออุทัย อำเภอบางปะอิน อำเภอผักไห่ อำเภอท่าเรือ และอำเภอวังน้อย โดย มีอาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดลพบุรี อ่างทอง และสระบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดปทุมธานี และนนทบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสระบุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดสุพรรณบุรี

ภูมิประเทศของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำสายใหญ่ไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านทางด้านทิศตะวันตกและทิศใต้ แม่น้ำป่าสักไหลผ่านทางทิศตะวันออก

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

และแม่น้ำลพบุรี (ปัจจุบันเป็นคลองเมือง) ไหลผ่านทางด้านทิศเหนือ แม่น้ำสามสายนี้ไหลมาบรรจบกันโอบล้อมรอบพื้นที่ของตัวเมืองพระนครศรีอยุธยา ตัวเมืองจึงมีลักษณะเป็นเกาะ เห็นบ้านเรือนปลูกเรียงรายหนาแน่นตามสองข้างฝั่งแม่น้ำแสดงถึงวิถีชีวิตของผู้คนที่ผูกพันอยู่กับสายน้ำมายาวนาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552 : ออนไลน์)

1.2 สภาพชุมชนในเกาะเมืองประวัติศาสตร์

ลักษณะโดยทั่วไปของชุมชนต่างๆ มีการพัฒนาเป็นไปตามความเจริญเติบโตของนครเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนภายในชุมชนและบุคคลภายนอกที่เข้ามาเยี่ยมชมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างไรก็ดีจะพบลักษณะของการเจริญเติบโตของชุมชนภายในเกาะเมืองอย่างรวดเร็ว แม้จะมีการเจริญเติบโตเต็มที่อย่างไรก็ตาม ถ้ามองภาพรวมจะพบว่ามีข้อจำกัดบางอย่างซึ่งใช้เป็นกรอบและกำหนดทิศทางในการเติบโตของเมืองอันได้แก่พระราชบัญญัติการควบคุมความสูงอาคาร โดยมุ่งเน้นเพื่อที่จะรักษาสภาพความเป็นเกาะเมืองให้คงอยู่ จะเห็นได้จากสภาพศูนย์กลางการค้าบริเวณตลาดเจ้าพรหมซึ่งเป็นตำแหน่งที่ตั้งของเทศบาลนครนครศรีอยุธยาในปัจจุบัน แม้จะดูมีความคึกคักและประชาชนอาศัยค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามอาคารพาณิชย์ห้างร้านต่างๆ ก็ยังคงถูกจำกัด ในแง่ของความสูงอาคารอย่างเคร่งครัด ถึงแม้ว่าในส่วนของการพัฒนาความเจริญของเมืองจะดำเนินต่อไปภาพลักษณ์ของเมืองอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา แต่หากพิจารณาถึงสภาพความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนอยุธยาโดยส่วนใหญ่กลับยังคงรักษารูปแบบเดิมได้เป็นอย่างดีดังจะเห็นได้จากลักษณะสภาพชุมชนอยุธยาในปัจจุบันยังคงสอดแทรกสภาพความเป็นอยู่ ลักษณะการดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับในอดีตอย่างไม่มีเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากประชาชนชาวพระนครศรีอยุธยายังคงอนุรักษ์สภาพแวดล้อมต่างๆ อันประกอบขึ้นเป็นลักษณะเฉพาะของความเป็นชุมชนพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ วัด วัง แม่น้ำลำคลองจะถูกพบเห็นทั้ง 4 องค์ประกอบได้โดยทั่วไปภายในเกาะเมือง วัดที่มีจำนวนมากมายทั้งที่หลงเหลือเป็นโบราณสถานและที่ยังคงสภาพสมบูรณ์เหมือนเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยายังคงอยู่ สามารถเข้าไปประกอบพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนาอาคารอันเกี่ยวเนื่องทางสถาบันพระมหากษัตริย์ที่ยังคงตั้งและแสดงพื้นที่อย่างชัดเจนกระจายอยู่ทั่วเกาะเมืองเพื่อให้ระลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระมหากษัตริย์ไทยเมื่อครั้งอดีตในส่วนของการคมนาคมถึงแม้ว่าปัจจุบันเลิกใช้คลองภายในแต่ก็ยังคงรักษาสภาพให้ระลึกถึงสภาพความเป็นอยู่ในอดีตได้เป็นอย่างดีแต่ในส่วนรอบเกาะประชาชนภายในชุมชนพระนครศรีอยุธยายังคงสภาพความเป็นอยู่วิถีชีวิตที่เรียบง่ายผูกพันกับแม่น้ำเจ้าพระยาเสมอเช่นเมื่อครั้งในอดีต ประชาชนยังคงใช้การสัญจรทางน้ำมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการคมนาคมทางบกเช่นเดียวกัน สภาพแวดล้อมต่างๆ เหล่านี้นี่เองซึ่งเป็นตัวหล่อหลอมให้ชุมชนพระนครศรีอยุธยาเกิดความแข็งแกร่งทางวัฒนธรรม และสร้างเอกลักษณ์ ลักษณะภาพรวมของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ชุมชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต ส่งผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีการขยายเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรมและเกสเฮาส์ ร้านอาหาร การล่องเรือ รวมถึงธุรกิจการนวดแผนไทย ซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงประชาชนทั่วไปด้วย สังเกตได้จากจำนวนร้านนวดแผนไทยขนาดต่างๆ ที่เปิดบริการดังรายชื่อต่อไปนี้

1. เรือนสุวรรณธารา
2. อยุธยานวดแผนไทย
3. ภิญภัทร นวดไทย
4. อโยธยา อโรมา
5. บุษบา คามาญ่า
6. ดาหล้า นวดแผนไทย
7. บ้านสบาย
8. จงจิตต์ นวดไทย
9. ร้านนวดไทย
10. ร้านนวดแผนไทย

1.3 ประวัติความเป็นมาของการนวดแผนไทย

การนวดแผนไทยนับเป็นภูมิปัญญาอันล้ำค่าของคนไทยที่มีประวัติและเรื่องราวสืบทอดกันมาช้านาน (สถาบันแพทย์แผนไทย. 2542 : 170-173) ดังจะเห็นได้ว่าการนวดมีจุดเริ่มต้นมาจากการช่วยเหลือกันเองภายในครอบครัว เช่น สามีช่วยนวดให้ภรรยา ภรรยาช่วยนวดให้สามี ลูกหลานนวดให้พ่อแม่ หรือ ปู่ย่า ตายาย มีการใช้อวัยวะต่างๆ เช่น ศอก เข่า และเท้า นวดให้กันหรือนวดด้วยตนเอง มีการพัฒนาการใช้อุปกรณ์ในการนวดเพื่อช่วยให้ใช้น้ำหนักได้มากขึ้น เช่น นมสาว ไม้กดท้อง จากการนวดช่วยเหลือตนเองภายในครอบครัวจนเกิดความชำนาญและมั่นใจ จึงได้มีการนวดช่วยเหลือความเจ็บป่วยของเพื่อนบ้าน จนได้รับความนิยมและเชื่อถือจากการมารับบริการจนเกิดอาชีพหมอนวดในที่สุด จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับการนวดที่เก่าแก่ที่สุด คือ ศิลาจารึกสมัยสุโขทัยที่ขุดพบที่ป่ามะม่วง ตรงกับสมัยพ่อขุนรามคำแหง มีรอยจารึกเป็นรูปการรักษาโดยการนวด เมื่อถึงยุคสมัยกรุงศรีอยุธยารัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช การแพทย์ไทยเจริญรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนวดไทย จนมีปรากฏในทำเนียบศักดินา ข้าราชการฝ่ายทหารและพล

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เรือนที่ตราขึ้นในปี พ.ศ. 1998 มีการแบ่งกรมหมอนวดเป็นฝ่าย ขวา-ซ้าย เป็นกรมฯ ที่ค่อนข้างใหญ่ มีหน้าที่ความรับผิดชอบมากและต้องใช้หมอนวดมากกว่ากรมอื่นๆ หลักฐานจากจดหมายเหตุของราชทูต ลา ลู แบร์ ประเทศฝรั่งเศส ได้บันทึกเรื่องหมอนวดในแผ่นดินสยามว่า “ในกรุงสยามนั้นถ้าใครป่วยไข้ลง ก็จะเริ่มทำเส้นสายยืดโดยให้ผู้ชำนาญในทางนี้ขึ้นไปบนร่างกายของคนไข้ แล้วใช้เท้าเหยียบ กล่าวกันว่าหญิงมีครรภ์มักให้เด็กเหยียบ เพื่อให้บุตรคลอดง่าย ไม่ต้องเจ็บปวดมาก” ต่อมาในสมัยพระบรมไตรโลกนาถ ในกฎหมายตราสามดวง “นาพลเรือน” กล่าวถึงการแบ่งส่วนราชการให้กรมหมอนวด จำแนกตำแหน่งเป็น หลวง ขุน หมื่น พัน และมีศักดินาเช่นเดียวกับข้าราชการสมัยนั้น

ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ การแพทย์แผนไทยได้สืบทอดรูปแบบต่อจากสมัยอยุธยา แต่เอกสารและวิชาความรู้บางส่วนได้สาบสูญไป เนื่องจากภาวะสงครามทั้งถูกจับไปเป็นเชลยอีกส่วนหนึ่งด้วย แต่อย่างไรก็ตามหมอกลางบ้านและหมอพระที่อยู่ตามหัวเมืองยังมีอีกเป็นจำนวนมาก จึงง่ายต่อการระดมวิชาความรู้ ในชั้นหลังพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงโปรดให้ปั้นรูปฤษีดัดตน ซึ่งเป็นรูปหล่อด้วยสังกะสีผสมดีบุก เพิ่มเติมจนครบ 80 ท่า และจารึกสรรพวิชาการนวดไทยลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพแสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียดประดับบนผนังศาลารายและบนเสาร์ภายในวัดโพธิ์ ต่อมารัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จากหลักฐานการแบ่งส่วนราชการยังคงมีหมอนวดเช่นเดียวกับสมัยอยุธยา และทรงโปรดให้หมอยาและหมอนวดถวายการรักษาความเจ็บป่วยยามทรงประชวร แม้เสด็จประพาสแห่งใดจะต้องมีหมอถวายการนวดทุกครั้ง ได้ชำระตำราการนวดไทยและเรียกตำราแพทย์หลงหรือแพทย์ในพระราชสำนัก ครั้นเมื่อการแพทย์แผนตะวันตกเข้ามาในสังคมไทยการนวดจึงหมดบทบาทจากราชสำนักในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ส่วนหมอนวดแบบชาวบ้านยังคงใช้การนวดแบบดั้งเดิมที่ได้รับการเรียนรู้สืบทอดจากบรรพบุรุษ จะเห็นได้ว่าหมอนวดไทยในอดีตมีวิวัฒนาการ การพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องมากพอสมควร ปัจจุบันการนวดไทยสามารถจำแนกเป็นการนวดแบบราชสำนัก และการนวดเชลยศักดิ์ (นวดพื้นบ้านทั่วไป)

การนวดไม่ใช่เพื่อรักษาความเจ็บป่วยเท่านั้น แต่มีค่าต่อสุขภาพเป็นกระบวนการดูแลสุขภาพและรักษาโรค โดยอาศัยการสัมผัสอย่างมีหลักการ ระหว่างผู้ให้การรักษา (หมอนวด) และผู้รับการรักษา (ผู้ป่วย) การนวดจะส่งผลโดยตรงต่อร่างกายและจิตใจ คือตั้งแต่ทำให้เกิดการไหลเวียนของเลือดลม กล้ามเนื้อผ่อนคลาย รักษาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย อาการฟกช้ำ เคล็ด ขัดยอก จนกระทั่งสามารถช่วยให้สุขภาพดี จิตใจสดชื่น กระปรี้กระเปร่า จิตใจผ่อนคลายได้อย่างดี การนวดทุกรูปแบบ จะมีส่วนสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัวและสังคมอีกทางหนึ่ง ในสังคมไทยสมัยก่อน การถ่ายทอดวิชาการนวดไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ยังไม่มีการสอนอย่างถูกระเบียบแบบแผน เป็นการถ่ายทอดตามสายบรรพบุรุษหรือตระกูลเดียวกัน ผู้เป็นอาจารย์จะพิจารณาว่ามีหน่วยก้านเหมาะสมที่จะถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ หรืออาจเป็นผู้คุ้นเคยและอยากเรียนวิชามาฝากตัวเป็นศิษย์ โดยจะมีวิธีไหว้ครูและครอบวิชาหมอนวดให้ วิธีการเรียนการสอนมีลักษณะแบบตัวต่อตัว เริ่มเรียนจากการฝึกฝนกำลังนิ้ว ตั้งแต่ขยำก้อนขี้ผึ้ง ดินน้ำมันหรือดินเหนียว จนมีกำลังนิ้วและมือแข็งแรงมากขึ้น จากนั้นจะสอนเรื่องจุดนวด เส้นประตูลม ฯลฯ และเริ่มฝึกปฏิบัติหัดนวดครูและติดตามครูเพื่อรับรู้ประสบการณ์และวิธีการนวดและจับส้นจากครูให้ได้มากที่สุด การเรียนรู้ต้องใช้ความอุตสาหะอย่างมากในการฝึกปรือ จึงจะสามารถรับวิชาการนวดไทยได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

การนวดเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะที่มีมาช้านาน การนวดได้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมีแผ่นดินอยุธยาไปจนถึงรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ หมอนวดที่มีชื่อเสียงมากในยุคนั้นได้แก่ “หมออินเทวดา” ซึ่งเป็นหมอนวดในราชสำนักและยังมีหมอนวดร่วมสมัยอีกหลายท่าน หมออินเทวดา ได้ถ่ายทอดวิชาการนวดทั้งหมดแก่บุตรชาย คือ หมอชิต เดชพันธ์ ซึ่งต่อมาได้ถ่ายทอดให้กับศิษย์หลายท่านและในจำนวนนั้นมี อาจารย์ ณรงค์สักข์ บุญรัตนหิรัญ ซึ่งเป็นศิษย์เอกรวมอยู่ด้วย และต่อมาเป็นอาจารย์อยู่ที่ อายุรเวทวิทยาลัย (ชีวกโกมารภัจจ์) โดยการเชิญของศาสตราจารย์นายแพทย์อวย เกตุสิงห์ ท่านจึงได้ถ่ายทอดวิชาการนวดแบบราชสำนักนี้ให้แก่นักศึกษาของอายุรเวทวิทยาลัยฯ ทุกคน เพื่อให้เป็นผู้สืบทอดวิชาการนวดไทยสายราชสำนักมิให้เสื่อมสูญไป นับได้ว่าอาจารย์ณรงค์สักข์ บุญรัตนหิรัญ ได้เป็นผู้อนุรักษ์ศาสตร์และศิลปะแขนงนี้ผู้หนึ่งทำให้ดำรงอยู่คู่ชาติบ้านเมืองสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแม้ว่าอาจารย์ณรงค์สักข์ บุญรัตนหิรัญจะไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ในการนวดได้จนหมด เนื่องจากระยะเวลาในการเรียนการสอนมีจำกัด ในขณะที่การเรียนการสอนเรื่องนวดจะต้องอาศัย การปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่องยาวนานเพื่อให้เกิดความชำนาญ แต่ก็สามารถช่วยให้มีการนวดมาใช้ในการบำบัดรักษาโรคที่เหมาะสมและไม่ร้ายแรง ให้หายหรือระงับการทุกข์ทรมานของผู้ป่วยจำนวนหนึ่ง การนวดจึงเป็นวิทยาทานอันสูงส่งที่ควรอนุรักษ์และเทิดทูนไว้เป็นสมบัติคู่บ้านคู่เมืองสืบไป

1.4 ประเภทของการนวดแผนไทย

สถาบันการแพทย์แผนไทยได้มีการแบ่งประเภทของการนวดไทยไว้เป็น 2 ประเภท ตามลักษณะที่มีการเปิดสอนการนวดดังนี้ (สถาบันการแพทย์แผนไทย, 2542:176-177)

1. การนวดแบบเชลยศักดิ์ (แบบทั่วไป) ปัจจุบันมีการเรียนการสอนการนวดแบบทั่วไปตามสถาบันการศึกษาโดยผู้เรียนสามารถสมัครเรียนได้โดยตรง โดยไม่มีการสอบคัดเลือก อัตราค่าเรียนขึ้นอยู่กับสถานศึกษาจะกำหนด ซึ่งจะมีหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว อาจเรียนเฉพาะวันหยุดราชการหรือทุกวันตามแต่จะตกลงกัน การเรียนการสอนโดยทั่วไปเป็นการสอนตัวต่อตัว

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

กับครูหรือศิษย์รุ่นพี่ โดยใช้การสาธิตและฝึกปฏิบัติ เนื้อหาการเรียนการสอนมักเป็นการเล่าประสบการณ์ของครูและการสอนกายวิภาคศาสตร์แบบโบราณ พร้อมทั้งอบรมจริยธรรม โดยถือหลักศีลธรรมเป็นสำคัญสำหรับการเริ่มต้นเรียนอาจไม่พร้อมกันแต่เมื่อครบกำหนดการเรียนของศิษย์ ครูผู้สอนจะออกใบรับรองให้ ถ้ายังทำได้ไม่ดีไม่ถูกต้อง ก็จะเรียนและฝึกหัดเพิ่มเติมต่อไป

2. การนวดแบบราชสำนัก มีการสอนสืบต่อกันมาเช่นเดียวกับการนวดแบบทั่วไป แต่อาจารย์ผู้สอนจะเลือกศิษย์จากผู้สมัครเข้าเรียนตั้งแต่การสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาเข้าเรียนตั้งแต่การสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาภูมิหลังของผู้ที่จะมาเป็นศิษย์ดูนิสัยใจคอ รูปร่าง ท่าทางว่าพอที่จะเรียนได้หรือไม่ ถ้าเห็นว่าเรียนไปไม่ได้ตลอดก็จะไม่รับเสียแต่แรก แต่หากไม่แน่ใจก็จะให้ผู้สมัครทดลองฝึกฝนกำลังกายไปพลางๆ ก่อน ถ้าผู้เรียนขาดความอดทน ก็จะเลิกรากันเอง ส่วนผู้ที่ผ่านการทดสอบแล้ว ครูจะดำเนินการสอนเป็นขั้นตอนต่อไป วิธีการสอนจะใช้วิธีการสาธิต ฝึกปฏิบัติพร้อมกับทดสอบผลการเรียนเช่นกัน เนื้อหาวิชาจะเริ่มตั้งแต่จรรยามารยาทในการเข้าหาผู้ป่วย หลักการนวดเบื้องต้นทั้งตัว กายวิภาคศาสตร์แบบโบราณ การวางมือในการนวดที่ตำแหน่งต่างๆ การใช้แรงในการนวด และระยะเวลาในการ กด-ปล่อยมือที่นวดตามความเหมาะสมกับตำแหน่งและโรคที่จะรักษา รวมทั้งประสบการณ์ของครูจะเป็นสาระสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนี้จะต้องไม่ทำการนวดคนไข้ที่มีหมอเจ้าของไข้อยู่แล้ว เพราะเป็นการก้าวก่ายกัน และไม่ทำการนวดในสถานที่อโคจรอื่นๆ เช่น โรงแรม โรงน้ำชา สถานเริงรมย์ บ่อนการพนัน ฯลฯ แต่อาจไปนวดที่บ้านผู้ป่วยได้หากมีความจำเป็น แต่นิยมมากที่สุดคือ นวดที่บ้านของหมอเอง สำหรับการสอนการนวดไทยสายราชสำนักนี้มี 4 ขั้นตอน คือ

2.1 การนวดขั้นพื้นฐาน

2.2 การกดจุด

2.3 ทฤษฎีและการรักษาโรค

2.4 การใช้วิธีนวด เทคนิค

การเรียนการสอนนวดแบบราชสำนักนี้ ผู้เรียนจะต้องฝึกฝนจนมีฝีมือ เข้าใจหลักและวิธีการนวด และการรักษาโรคต่างๆ ซึ่งอาจต้องใช้เวลานาน 3-5 ปี ติดต่อกัน (แล้วแต่สติปัญญาไหวพริบ และความสามารถของผู้เรียน) แล้วครูจะให้ผู้เรียนทำการนวดผู้ป่วยในสำนักครู โดยครูจะเป็นผู้ตรวจและสั่งงาน เป็นการนวดภายใต้การดูแลของครู หากมีข้อบกพร่อง ครูจะคอยแนะนำแก้ไข ระยะเวลาช่วงนี้อาจใช้เวลาเป็นปี จนครูแน่ใจว่าศิษย์มีความรู้ความสามารถและมีจรรยาพอที่จะรักษาผู้ป่วยได้ สำหรับศิษย์ที่จะทำการสอนนักเรียนใหม่ได้ จะต้องได้รับอนุญาตจากครูของตนเสียก่อน ซึ่งจะประกาศในพิธีไหว้ครูประจำปี จะทำการสนองโดยพลการไม่ได้ถือว่าผิดวาจาและไม่เคารพครู

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

1.5 ความรู้เกี่ยวกับการนวดแผนไทย

นวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ เป็นภูมิปัญญาอันล้ำค่าของคนไทยที่มีประวัติและเรื่องราวสืบทอดกันมาช้านาน การนวดมีบทบาทอย่างสำคัญในการรักษาโรคตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าหมอนวดไทยในอดีตมีวิวัฒนาการการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันการนวดมิใช่นวดเพื่อรักษาความเจ็บป่วยเท่านั้นแต่ยังมีคุณค่าต่อสุขภาพซึ่งเป็นกระบวนการดูแลรักษาสุขภาพและการรักษาโรคโดยอาศัยการสัมผัสอย่างมีหลักการระหว่างผู้ให้การรักษา (หมอนวด) และผู้รับการรักษา (ผู้ป่วย)

การนวดจะส่งผลโดยตรงต่อร่างกายและจิตใจ คือ ทำให้เกิดการไหลเวียนของเลือดลมและผ่อนคลายกล้ามเนื้อ อีกทั้งสามารถรักษาอาการปวดเมื่อยเคล็ดขัดยอกตามร่างกาย ลำให้มีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ สามารถแบ่งรูปแบบการนวดแผนไทยได้ดังนี้ (นวดแผนไทย. 2552 : ออนไลน์)

1. การนวดผ่อนคลาย เป็นการนวดที่ถูกสุขลักษณะตามแบบของแผนไทยโบราณ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อร่างกาย และจิตใจ ทำให้เกิด การไหลเวียนของเลือดลม คลายกล้ามเนื้อที่ล้า รักษาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย คลายเครียด เคล็ดขัดยอก ช่วยให้สุขภาพ กระปรี้กระเปร่า จิตใจผ่อนคลาย

2. การนวดจับเส้นการนวดเพื่อบำบัดอาการปวดเมื่อยเฉพาะจุด หรือตามข้อต่อ การยึดติดของพังผืดของร่างกายให้ทุเลา ผ่อนคลาย

3. การนวดน้ำมัน การนวดร่างกายโดยใช้น้ำมันที่สกัดจากธรรมชาติที่บริสุทธิ์ เช่น โจโจบา อัลมอนด์ และกลิ่นหอมจากธรรมชาติ ช่วยให้สดชื่น ผ่อนคลาย และคลายเครียด ด้วยกลิ่นหอมเฉพาะทางที่ใช้ในการบำบัดอาการให้เบาบางลง เช่น อาการนอนไม่หลับ อาการเครียด หดหู่ นอกจากนี้น้ำมันบริสุทธิ์ยังช่วยบำรุงผิว และกระชับรูปร่าง ทำให้กล้ามเนื้อไม่ หย่อนยาน สลายไขมันตามร่างกาย ความร้อนของน้ำมันที่เกิดจากการนวด จะซึมซาบลึกเข้าไปผิวหนังและกล้ามเนื้อ ช่วยให้รู้สึกเบาสบายตัว

4. การนวดฝ่าเท้า การนวดฝ่าเท้า นวดเท้า เป็นการปรับสมดุลในร่างการเนื่องจากมีจุดสะท้อนของอวัยวะภายในร่างกายที่ฝ่าเท้า และเท้า การนวดฝ่าเท้า และเท้า จึงเป็นการช่วยให้ระบบการไหลเวียนไปยังอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายได้ดีขึ้น ส่งผลให้มีการขับถ่ายของเสียออกจากเซลล์ ปรับสภาวะสมดุลของร่างกายทำให้สุขภาพโดยรวมดีขึ้น

5. การนวดสปอร์ท การนวดคลายกล้ามเนื้อที่บาดเจ็บเนื่องจากการออกกำลังกายหักโหมจนเกินไป ทำให้เกิดอาการเกร็งของกล้ามเนื้อเฉพาะส่วน หรืออาการล้าตามกล้ามเนื้อ ทำให้เกิดตะคริว

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

6. นวดสลายไขมัน-อโรมา เป็นการนวดน้ำมันเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกาย

7. นวดประคบ เป็นการใช้ลูกประคบสมุนไพร ประคบตามร่างกาย เพื่อผ่อนนคลายกล้ามเนื้อหรือเครียดให้สบายขึ้น

8. นวดไมเกรน เป็นการนวดเพื่อแก้อาการปวดศีรษะ โดยจะกดจุดบริเวณศีรษะที่ปวด

โดยทั่วไปแล้วหมอนวดมืออาชีพหรือผู้ที่จะทำหน้าที่เป็นหมอนวด ไม่ว่าจะเป็นอาชีพเสริมหรือเพื่อช่วยเหลือกันเองในครอบครัว ควรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จำเป็นสำหรับการนวดไทย รวมไปถึงการเตรียมตัว เตรียมร่างกายให้พร้อมสำหรับการนวดอยู่เสมอเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการนวดอย่างถูกต้องและได้ผลดีที่สุด

ในทฤษฎีการแพทย์แผนไทยเชื่อว่าการเกิดจะเกิดได้ต้องมีพ่อแม่ที่มีลักษณะของชายหญิงครบจะต้องมีจุติวิญญาณเป็นองค์ประกอบที่ 3 โดยให้ความหมายของชีวิตไว้ว่า ชีวิตคือ ขันธ์ห้า อันได้แก่ รูปเวทนา สัญญา สังขาร วิญญาณ (สถาบันการแพทย์แผนไทย. 2542 : 67-76)

รูป หมายถึง รูปร่าง ร่างกายหรือสิ่งที่เป็นรูปธรรม ซึ่งในพระไตรปิฎกได้อธิบายไว้ว่า รูปมีมหาภูตรูป 4 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กาย อารมณ์ทั้ง 5 ได้แก่ รูป เสียง กลิ่น รส สัมผัส เป็นต้น

เวทนา หมายถึง ความรู้สึกต่างๆ ซึ่งเกิดจากประสาททั้ง 5 และจิตใจ

สัญญา หมายถึง ความจำต่างๆ การกำหนดรู้อาการ

สังขาร หมายถึง การปรุงแต่งของจิต ความคิดที่ผู้เป็นเรื่องราว ส่วนใหญ่จะเข้าใจว่าสังขารคือ ร่างกายเช่น มักจะพูดว่าคนแก่ไม่เจียมสังขาร หมายถึง ทำอะไรเกินกว่าร่างกายที่ชราจะรับได้ แท้จริงสังขารเป็นความนึกคิดก่อหรือผู้เป็นเรื่องราวนั่นเอง

วิญญาณ หมายถึง ความรู้แจ้งของอารมณ์ เช่น วิญาณของนักต่อสู้ หมายถึง เป็นผู้มีอารมณ์บากบั่นตั้งมั่นต้องสู้สุดใจ ผู้มีวิญญาณเป็นนักประชาธิปไตย มีจิตใจตั้งมั่นในสิทธิ เสรีภาพ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าชีวิต คือ ขันธ์ห้า ซึ่งร่างกายและจิตใจนั่นเอง ซึ่งมนุษย์ที่เกิดมาต่างก็มีชีวิตที่แตกต่างกันไป มีรูปร่างหน้าตาแตกต่างกัน มีความรู้สึกนึกคิดและจิตสำนึก ความรู้แจ้งทางอารมณ์ที่เรียกว่าวิญญาณ ที่แตกต่างกันไป

สิ่งมีชีวิตที่เกิดมาล้วนประกอบด้วยธาตุทั้ง 4 อันได้แก่ ดิน น้ำ ลม ไฟ ซึ่งเกี่ยวข้องกันและกันอยู่ ต้องอยู่ในภาวะสมดุลกัน ร่างกายจึงจะเป็นปกติไม่เจ็บป่วย โดยธาตุดินอาศัยธาตุน้ำทำให้ชุ่มชื่นและเต่งตึงพอเหมาะ อาศัยลมพยุงให้คงรูป และเคลื่อนไหว อาศัยไฟให้พลังงานอุ่นไว้ไม่ให้เน่า น้ำต้องอาศัยดินเป็นที่เกาะกุมซับไว้มิให้ไหลเหือดแห้งไปจากที่ๆ ควรอยู่ อาศัยลมทำให้น้ำไหลซึมซับทั่วร่างกาย ลมต้องอาศัยน้ำและดินเป็นที่อาศัย และนำพาพลังไปในที่ต่างๆ ดินปะทะลมทำให้เกิดความเคลื่อนที่แต่พอเหมาะ ไฟอุ่นดินและเคลื่อนที่ไปได้ ในขณะที่ลมสามารถทำให้ไฟลุกโชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

เผาผลาญมากมายขึ้นได้และเห็นได้ว่าธาตุทั้ง 4 ต่างอาศัยซึ่งกันและกัน จะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปมิได้ หากมีการแปรปรวนเสียสมดุล ได้แก่ หย่อน กำเริบ พิการ จะทำให้ร่างกายไม่สบายเกิดโรคขึ้นได้ นอกจากนี้ยังมีเหตุส่งเสริมจากธาตุภายนอกทั้ง 4 และพฤติกรรมอันเป็นมูลเหตุทำให้เกิดโรค ซึ่งสามารถทำให้เกิดการเจ็บป่วยได้เช่นกัน (สถาบันการแพทย์แผนไทย. 2542 : 67-79)

1.6 ประโยชน์จากการนวดแผนไทย

การนวดมีประโยชน์หลายอย่าง เช่น บรรเทาอาการปวดเมื่อย เครียด เคล็ด ขัด ยอก อาการต่างๆ ให้ไม่ต้องใช้ยาทำให้ลดค่าใช้จ่าย ลดดุลชำระเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น การนวดทำให้เกิดการไหลเวียนของโลหิต เลือดลม และน้ำเหลืองได้ดีขึ้น ทำให้กล้ามเนื้อคลายตัว คลายความเกร็ง ทำให้เลือดไหลมาเลี้ยงผิวหนังทำให้ผิวหนังเต่งตึง ทำให้ท้องไม่อืดไม่เฟ้อ สบายกายและจิตใจแจ่มใส เกิดผลโดยสรุปได้ดังนี้ (สุรเทพ อภัยจิตร. 2541 : 161-162)

1. ส่งเสริมสุขภาพ การนวดสัปดาห์ละครั้ง เดือนละครั้ง จะทำให้ระบบต่างๆ ของร่างกายดีขึ้น ทำให้กล้ามเนื้อยืดหยุ่นตัวและเลือดไหลเวียนดี ทำให้หายเครียดได้ดี

2. ป้องกันโรค เพราะการนวดทำให้แข็งแรง ลดอาการบวม ลดอาการเลือดลมคั่งค้างที่บางจุด ทำให้เส้นเลือดไม่คอด

3. รักษาโรค การนวดทำให้เลือดลมไหลเวียนดี กล้ามเนื้อหยุ่นตัวดีขึ้น ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอชำรุด ทำให้ฟื้นตัวได้ไวขึ้น (แต่ไม่สามารถรักษาอาการลีบของกล้ามเนื้อในกรณีเป็นโรคอัมพาตถาวร)

4. ฟื้นฟูสมรรถภาพ การนวดช่วยแก้อาการอัมพฤษ์ อัมพาตขั้นต้นได้ และอย่างน้อยทำให้คนไข้สามารถช่วยเหลือตนเองได้

1.7 ภาวการณ์ตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

เศรษฐกิจประเทศไทยในปัจจุบัน กล่าวได้ว่าอยู่ในภาวะถูกรุมเร้าจากปัจจัยลบนานัปการ ทั้งปัญหาการเมืองในประเทศอันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและภาคธุรกิจ ซ้ำเติมผลกระทบที่ได้รับจากความผันผวนของราคาน้ำมันในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ยังไม่รวมเหตุการณ์วิกฤตการเงินในสหรัฐฯ ที่กำลังส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโลกรวมถึงประเทศไทย ผลของปัจจัยลบต่างๆ เหล่านี้บั่นทอนความมั่นใจของภาคธุรกิจและสร้างผลกระทบต่อเนื่องไปถึงประชาชนผู้บริโภค เพราะเมื่อไม่มั่นใจในภาวะเศรษฐกิจผู้บริโภคก็จะชะลอการจับจ่ายใช้สอยมีผลให้ยอดขายของภาคธุรกิจถดถอยและชะลอการลงทุนขยายธุรกิจ จากจุดนี้ก็จะมีผลย้อนกลับไปสู่ประชาชนผู้บริโภคให้มีรายได้ลดลงด้วยเหตุที่ธุรกิจเอกชน คือ แหล่งสร้างรายได้ของประชาชนส่วนใหญ่ จึงกลายเป็นปัญหาที่ยังไม่มีทางออก แต่ในสถานการณ์ที่ธุรกิจส่วนใหญ่เกิดการชะลอตัวจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ ปรากฏว่ายังมีธุรกิจบางประเภทและผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งที่

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สามารถพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส หรือสามารถหาช่องทางของตัวเองเจอ สร้างสรรค์จนเกิดเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้สวนกระแสความซบเซา นั่นคือ ธุรกิจนวดแผนไทย (เอ็มแอลเอ็ม : ออนไลน์)

จากปัญหาด้านสุขภาพและความเครียดของผู้คนยุคเศรษฐกิจตึงตัว ทำให้ธุรกิจนวดแผนไทยกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ต้องการมีธุรกิจของตนเอง ด้วยเป็นธุรกิจลงทุนต่ำระยะเวลาการคืนทุนสั้น แต่ความต้องการใช้บริการมีมาก โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลักๆ คือ บุคคลทั่วไปที่ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนลูกค้าอีกกลุ่มจะเป็นผู้ที่มีปัญหาเรื่องสุขภาพที่ต้องการการบำบัดด้วยการนวด เนื่องจากคนหันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้นทำให้ร้านนวดแผนไทยเกิดขึ้นจำนวนไม่น้อย และเจ้าของร้านนวดแผนไทยจำนวนไม่น้อยยืนยันตรงกันว่า ภาวะเศรษฐกิจไม่ส่งผลต่อกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะจำนวนพนักงานนวดแต่ละร้านยังไม่เพียงพอต่อกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะช่วงวันหยุด สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจนวดแผนไทยได้รับการตอบรับอย่างดีนั้น ก็เนื่องจากอัตราค่าบริการที่ไม่สูงมาก โดยเริ่มต้นที่หลักร้อยบาทไปจนถึงสูงสุดไม่เกิน 1,000 บาท ขึ้นอยู่กับทำเล และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละร้าน ด้วยค่าบริการที่ไม่สูงเช่นนี้จึงทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแบบไม่ยาก ยิ่งเศรษฐกิจยุคนี้ที่คนส่วนใหญ่ต้องแบกรับความเครียดจากการทำงาน ยิ่งทำให้ความต้องการใช้บริการนวดแผนไทยมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และด้วยจุดเด่น ลงทุนต่ำ คืนทุนเร็ว จึงทำให้สามารถพบเห็นธุรกิจนวดแผนไทยเปิดร้านให้บริการอยู่ในทุกทำเลที่มีผู้คนพลุกพล่าน ไม่ว่าจะเป็นศูนย์การค้าต่างๆ จนถึงตามแหล่งชุมชนต่างๆ ตลอดจนงานใหญ่ๆ ก็มีธุรกิจนี้ไปเปิด

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ได้มีผู้ให้ความหมายหรือแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้หลากหลายและมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

กฤษณพงศ์ พูตระกูล (2544 : 36) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือ การตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นอย่างไม่รู้สึกตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตหรือบุคคลอื่นสามารถสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

ทรงพล แสงประกาย (2544 : 18) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์กระทำต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งที่เป็นไปได้ อย่างมีจุดหมายไม่ว่าสถานการณ์นั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ก็ตาม เช่น ความรู้สึก ความคิดเห็น การคิด การพูด ตลอดจน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ความประพฤติและการปฏิบัติที่แสดงออกมา ซึ่งพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้มีผลต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์เอง

จินดา กลับกลาย (2545 : 11) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือการแสดงออกของบุคคล ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นสิ่งเร้าในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งสามารถสังเกตได้โดยตรงหรือสังเกตไม่ได้โดยตรง แต่สามารถใช้เครื่องมือวัดและทดสอบได้

พรรณศิริ ยุติศรี (2546 : 13) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งหรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญหรือเป็นไปอย่างไม่ใคร่ครวญ โดยมีความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และปัจจัยตัวอื่นๆ เป็นตัวก่อให้แสดงออกมา โดยที่บุคคลอื่นๆ ที่อยู่รอบๆ สามารถสังเกตการกระทำได้หรือไม่ก็ตาม

พชรวรรณ โสภณภาค (2546 : 26) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งกระทำโดยมีจุดมุ่งหมายหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าการกระทำนั้นจะสังเกตได้หรือรับรู้ได้ทันทีจำเป็นต้องใช้เครื่องมือช่วยในการศึกษาตรวจสอบก็ตาม

อิงเกิ้ล, แบลคเวล และไมเนียด (Engle, Blackwell & Miniard. 1993 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเพื่อทำการประเมินผล การจัดหา การใช้ และการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ให้ได้มา
ซึ่งการบริโภค

เลาดอน และบิตต้า (Laudon & Bitta. 1993 : 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้ หรือการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk. 1994 : 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การประเมิน และการจับจ่ายใช้สอย ในผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

โซโลมอน (Solomon. 1996 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษากระบวนการต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

โมเวน และไมเนอร์ (Mowen & Minor. 1998 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการศึกษาถึงหน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภค และการจำกัดอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์ และความคิด

จากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น พอสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำที่ปรากฏออกมา เพื่อตอบสนองสิ่งเร้าตามสภาพแวดล้อม หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติ ทั้งที่สังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ เช่น ความรู้สึก ความคิดเห็น การพูด ตลอดจนความประพฤติและการปฏิบัติที่แสดงออกมา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของคำว่าพึงพอใจ ในการศึกษาโดยทั่วไปนิยมทำการศึกษาใน 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของ ผู้ปฏิบัติงาน และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายทัศนะ ดังนี้

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2543 : 174) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับระบบมโนทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกเลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2545: 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการเกิดจากกระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิด การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า

วอลลาสทิน (Wallastein. 1971 : 25-26) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End state in felling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

โวลแมน (Wolman. 1973 : 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation) ของตนได้รับการตอบสนอง

ทิฟฟิน และแม็กคอร์มิค (Tiffin & McCormick. 1975 : 349) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากความหมายข้างต้นนั้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของคนที่มีต่อเรื่องใดๆ ต่างกันหรือเหมือนกันก็ได้ เช่น ความรู้สึกดี ไม่ดี พอใจ-ไม่พอใจ ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับการตอบสองในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญๆ มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2543 : 38-40)

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อประชาชนมีความ ต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่ บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้น ได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปใน ทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มีก็จะมีความรู้สึกกับบริการดังกล่าวอันเป็น แรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

3. ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่ มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติ งานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหาร การบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลักย่อม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับ ผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมการ บริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึก ของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของ การบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการ บริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ การตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการ ให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุ เครื่องใช้งานบริการ จดหมาย ซองจดหมาย เป็นต้น

5. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการ ระบบการบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองต่อ ความต้องการของประชาชนได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เข้ามาจัดระบบข้อมูลของการสำรองห้องพักโรงแรม หรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก ถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติใน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

การรับโอนสายในการติดต่อองค์การ ต่าง ๆ การประชุมทางโทรศัพท์ การติดต่อทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากปัจจัยดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผันแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความ คาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง อย่างถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความ แตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ประชาชนจะใช้เวลา เป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

การให้บริการเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญในการบริหารงานของภาครัฐโดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้รับบริการโดยตรง ซึ่งหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการบริการให้แก่ผู้รับบริการ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนี้

สุนันท์ บุญวโรดม (2543 : 22) กล่าวว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

กรอนรูส์ (สุนันท์ บุญวโรดม. 2543 : 22 ; อ้างอิงจาก Gronroos. 1990. **Service Management and Marketing.** p. 27) ได้ขยายความคำว่า บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มาก จับต้องไม่ได้ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

สแตนตอน (สุนันท์ บุญวโรดม. 2543 : 23 ; อ้างอิงจาก Stanton. 1981. **Fundamentals of Marketing.** p. 441) ได้ขยายความให้ชัดเจนยิ่งขึ้นในความหมายที่ว่าการบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ด้านลักษณะเฉพาะตัวของมันเองที่จับต้องไม่ได้ และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใด การให้บริการอาจเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตนแต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสินค้านั้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คอสเลอร์ (Kotler. 1994 : 464-468) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งไม่สามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรืองานที่ไม่มีตัวตนและสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือการตัดสินใจซื้อบริการจะขึ้นอยู่กับความไว้วางใจของลูกค้า เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนเก็บรักษาสินค้าไว้ไม่ได้ และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ

บี.เอ็ม. เวอร์มา (บุษบา เชื้อวงศ์. 2545 : 20 ; อ้างอิงจาก Verma. 1986. **Introduction to Quality Method : A Managerial Emphasis.** p.35) กล่าวว่า การให้บริการที่ดี ส่วนหนึ่งขึ้นกับการเข้าถึงบริการ ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการ ดังนี้

ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ

การเข้าถึงแหล่งบริการได้อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทางความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่าให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกความสามารถของผู้รับบริการ ในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายในการบริการการยอมรับคุณภาพของบริการ ซึ่งในที่นี้รวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545 : 145) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ การให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือคู่แข่งขัน โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่เขาต้องการ (How) นักการตลาดต้องการทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการ ของลูกค้าทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตาม ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาสถานที่แก่ลูกค้าไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนานทำเลที่ตั้งอันเหมาะสมแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น ป้ายบอกวิธีการใช้โทรศัพท์สาธารณะสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ เป็นรูปแบบซึ่งแม้ผู้ที่ไม่สามารถอ่านหนังสือได้หรือชาวต่างชาติก็สามารถรู้วิธีใช้ได้

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานหรือทำงานโดยไม่มีข้อผิดพลาด

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณญาณหรือสามารถตรวจสอบข้อผิดพลาดจากการสั่งการของลูกค้าและแจ้งให้ทราบโดยชัดเจน

5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า การคิดค่าบริการถูกต้อง

6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้สึก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing customer) พนักงานหรืออุปกรณ์ที่ให้บริการต้องได้รับการออกแบบเพื่อพยายามเข้าใจถึง ความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จากความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ จึงสรุปได้ว่า หลักการที่ดีของงานให้บริการ คือ การให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและอำนวยความสะดวกด้วยความรวดเร็ว สะดวก มีอัธยาศัย เสมอภาคและเป็นธรรมให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคลและเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ผู้ใช้บริการทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน ภายใต้กฎหมายข้อบังคับและระเบียบต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างภาพพจน์ให้เป็นที่ประทับใจ นอกจากนั้นต้องมีศิลปะที่จะชักจูงให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีก กล่าวได้ว่าความสำคัญของงานบริการนั้นเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด

ตลาดมีความสำคัญต่อผู้บริโภคเพราะตลาดเป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการสำหรับผู้บริโภค เพื่อที่จะได้รับสินค้าและบริการนั้นมาตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจ สถานประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับตลาด และตลาดมีความสำคัญกำหรับนักการตลาดซึ่งนักการตลาดได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ดังนี้

ธนวรรณ แสงสุวรรณและคนอื่นๆ (2545 : 11) กล่าวว่า ตลาด หมายถึง บุคคลหรือองค์การที่มีความจำเป็นหรือความต้องกรของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีศักยภาพหรือความสามารถที่จะซื้อและมีความเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนมีศักยภาพหรือความสามารถที่จะซื้อและมีความเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการสร้างความพึงพอใจสำหรับตน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 21) กล่าวว่า ตลาด หมายถึงสถานที่ที่ใช้ในการติดต่อซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

คอทเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong. 2001 : G-10) กล่าวว่า ตลาด หมายถึงกลุ่มของผู้บริโภคเป้าหมาย ผู้บริโภคเหล่านี้ล้วนแต่มีความต้องการเช่นเดียวกันซึ่งการทำให้ผู้บริโภคเหล่านี้พึงพอใจสามารถทำได้โดยกระบวนการแลกเปลี่ยน

จากแนวคิดต่างๆ สามารถสรุปได้ว่า ตลาด คือ บุคคลหรือลูกค้าที่มีความต้องการซื้อสินค้าโดยมีความต้องการความจำเป็นในสินค้านั้น ซึ่งผู้ซื้อมีความพอใจและเต็มใจที่จะซื้อสินคั้นและมีอำนาจในการซื้อสินค้านั้นด้วย ส่วนการตลาดเป็นการบวนการในการบริการ โดยมีการวางแผนการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค การหาผลิตภัณฑ์หรือบริการมากำหนดราคาจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคเพื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

กลยุทธ์การเป็นสิ่งจำเป็นในการที่จะนำมาใช้ในการบริหารงาน โดยมีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด กำหนดตลาดและพฤติกรรมของตลาดและมีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถชี้วัดได้เพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ทาการตลาด ได้มีนักการตลาดและนักวิชาการได้ให้ความหมายของกลยุทธ์การตลาดไว้ดังนี้

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา (2544 : 72) กล่าว่า กลยุทธ์การตลาดหมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการตลาดเพื่อสนับสนุนธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการตัดสินใจแล้วในผู้บริการระดับบนให้บรรลุผลสำเร็จโดยวิธีการต่างๆ

อัจฉรา จันทร์ฉาย (2545 : 22) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาด อันได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวสินค้า บริการ ยี่ห้อ การรับคืน คุณภาพ กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ราคาพื้นฐาน การให้ส่วนลด ระยะเวลาการให้สินเชื่อ ค่าขนส่ง และค่าเก็บรักษาสินค้า กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมกาจำหน่าย (Promotion) พนักงานส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จำหน่าย (Place) ช่องทางการำหน่าย ทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ในการขนส่ง การควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบการจัดเก็บสินค้า

จากแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีการนำเอาส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการ เกิดความพึงพอใจและทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งกลยุทธ์การตลาดมีความสำคัญในการที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

ระดับกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate strategy) เป็นภาระรับผิดชอบของผู้บริการระดับสูง เป็นกระบวนการกำหนดลักษณะทั้งหมดและจุดมุ่งหมายขององค์กร สร้างและสามารถจัดการกลุ่มธุรกิจในการขาย การสร้างความแข็งแกร่งหรือการลด ตัดธุรกิจที่มีปัญหาออกโดยทั่วไปแล้ว กลยุทธ์ระดับองค์กร มี 3 ประการ คือ

1.1 กลยุทธ์คงที่ เป็นลักษณะขององค์กรที่มีการเจริญเติบโตระดับปานกลาง และมีการเปลี่ยนแปลงน้อยในสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจจึงจะต้องทำด้วยความระมัดระวังหรือดำเนินงานตามกลยุทธ์เดิม เนื่องจากกลยุทธ์เดิมนั้นดีอยู่แล้ว

1.2 กลยุทธ์การตัดทอย เป็นลักษณะขององค์กรที่อยู่ในช่วงตกต่ำของวงจรชีวิต เป็นหน่วยธุรกิจที่ไม่สามารทำกำไรอะไรได้เลย จึงจำเป็นต้องลดภาระลง มักจะเป็นทางเลือกสุท้ายขององค์กร โดยที่การดำเนินธุรกิจอาจจะพยายามลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ลง หรือการถอนการลงทุนจากการร่วมลงทุนกับธุรกิจอื่นหรือขายธุรกิจนั้นทิ้งไป

1.3 กลยุทธ์การเจริญเติบโต เป็นลักษณะขององค์กรที่อยู่ในช่วงเจริญเติบโต กลยุทธ์ที่ใช้นั้นอาจจะให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่ตนชำนาญในแต่ละธุรกิจเพื่อให้เกิดความเป็นเลิศในด้านนั้นๆ หรือองค์กรเองอาจจะทำเพิ่มการกระจายการลงทุนในหลายธุรกิจ ซึ่งกลยุทธ์การเจริญเติบโตนี้นิยมใช้กันมาก เพราะเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของธุรกิจ

ผู้บริหารภายในองค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้จากการระดมความคิดจากผู้บริหารทุกฝ่าย เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน จัดลำดับการลงทุนและจัดสรรทรัพยากรสำหรับหน่วยธุรกิจที่มีโอกาสจูงใจสูง ปรับปรุงผสมผสานกลยุทธ์ที่สำคัญและวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรม และควรใช้กลยุทธ์ใดเพื่อลดความเยง และทำให้องค์กรสามารถอยู่ได้

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy) เป็นภาระรับผิดชอบของผู้บริหารทั่วไป หัวหน้าหน่วยธุรกิจ มีหน้าที่คิดวิธีการแข่งขันและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน กำหนดการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก ระบุปัญหาเฉพาะอย่างและปัญหาการปฏิบัติการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สมยศ นาวีการ (2544 : 251) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ หมายถึง แผนการกระทำของผู้บริหารเชิงกลยุทธ์ที่จะใช้ทรัพยากรและความสามารถดีเด่นเพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งขันของพวกเขาภายในอุตสาหกรรม

พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์ (2545 : 230) กลยุทธ์ธุรกิจ หมายถึง กลยุทธ์ที่องค์การใช้ในการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม ถ้าองค์การธุรกิจใดมีธุรกิจอยู่เพียงชนิดเดียวก็จะมีกลยุทธ์ธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่ถ้าองค์การมีการขยายตัวเข้าสู่ธุรกิจหลายประเภทธุรกิจแต่ละประเภทก็ต้องมีกลยุทธ์สำหรับการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรม

เสนาะ ติเยาว์ (2546 : 84) กลยุทธ์ระดับธุรกิจเป็นกลยุทธ์ที่ผู้บริหารกำหนดขึ้นเพื่อใช้ทรัพยากรตามความสามารถและอำนาจให้ได้เปรียบการแข่งขันต่อคู่แข่งในธุรกิจที่ดำเนินการอยู่

พิบูล ทีปะปาล (2546 : 137) กลยุทธ์ที่บริษัทใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบหรือความเป็นต่อในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดหรืออุตสาหกรรมที่หน่วยธุรกิจของบริษัทดำเนินธุรกิจอยู่โดยตรง

กิ่งพร ทองใบ (2547 : 159) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ เป็นแผนสำหรับผลิตภัณฑ์ๆ หนึ่งหรือสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กัน

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ (2549 : 53) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ คือ กลยุทธ์ที่องค์กรนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบและชัยชนะเหนือคู่แข่งขันทางธุรกิจ

อนิวัช แก้วจำนงค์ (2551 : 113) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ หมายถึง วิธีการดำเนินงานขององค์การ โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงสถานการณ์แข่งขันของธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

พอร์เตอร์ (อนิวัช แก้วจำนงค์. 2551: 111; อ้างอิงจาก Porter. 1980. **Competitive Strategy.** p.151.) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับธุรกิจว่าการดำเนินงานขององค์การจะมีทางเลือก 3 ทาง ได้แก่ การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และ การจำกัดขอบเขต

2.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Overall cost leadership) ธุรกิจทำงานอย่างหนักเอาให้บรรลุต้นทุนการผลิตและการจัดจำหน่ายที่ต่ำที่สุด เพื่อสามารถกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่งและได้ส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่กว่า มีความเชี่ยวชาญด้านวิศวกรรม การจัดซื้อ การผลิต และการจัดจำหน่ายเชิงกายภาพ กิจการต่างๆ พยายามลดต้นทุนจนทำให้สร้างความได้เปรียบกว่าคู่แข่งขัน

2.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiate strategy) ธุรกิจเน้นการบรรลุถึงการปฏิบัติงานที่โดดเด่นที่ลูกค้าคำนึงถึงประโยชน์สูงสุด ในอดีตสินค้ามักมีการผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass production) ตามความต้องการของผู้ขาย แต่ปัจจุบันจะทำเช่นนั้นไม่ได้อีกแล้ว เพราะกลุ่มลูกค้ามีความต้องการหลากหลาย ทำให้ต้องมีการสร้างความแตกต่างมากกว่ารายอื่นๆ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2.3 กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Niche or focus strategy) มุ่งเน้นที่ส่วนตลาดแคบๆเพียง 1 ส่วนหรือมากกว่านั้น บริษัทรู้จักส่วนตลาดนี้เป็นอย่างดีและทำให้กลยุทธ์นี้ไปทางเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือการสร้างความแตกต่างในตลาดเป้าหมาย

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function strategy) เป็นภาระรับผิดชอบของผู้จัดการตามหน้าที่การตัดสินใจอนุมัติโดยหัวหน้าหน่วยธุรกิจ มีหน้าที่สร้างความชำนาญ ให้การสนับสนุนกลยุทธ์หน่วยธุรกิจ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การทำงานภายใต้ข้อจำกัดของกลยุทธ์ระดับองค์กรและธุรกิจ

4. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Operation strategy) เป็นภาระรับผิดชอบของผู้จัดการระดับล่าง หัวหน้าหน่วยงาน โดยสร้างความชำนาญในการปฏิบัติการ มีเป้าหมาย ให้การสนับสนุนกลยุทธ์ตามหน้าที่ และกลยุทธ์หน่วยธุรกิจ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยธุรกิจ

จากความหมายและแนวคิดข้างบนกลยุทธ์สามารถแบ่งออกเป็น 4 ระดับ แต่ให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ต้องการศึกษาจึงได้เลือกศึกษา กลยุทธ์ระดับธุรกิจซึ่งแผนการกระทำของผู้บริหารหรือกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดหรืออุตสาหกรรมที่หน่วยธุรกิจของบริษัทดำเนินธุรกิจอยู่โดยตรง โดยสามารถใช้กลยุทธ์ ในด้านการเป็นผู้นำทางต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการจำกัดขอบเขต

3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในหน่วยนี้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ หรือไม่ ต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งการวิเคราะห์ตามความเชื่อถือของนักเศรษฐศาสตร์มี 2 วิธี (สมลักษณ์ สันติโรจนกุล. 2542 : 58-59)

วิเคราะห์แบบนับจำนวนได้ (Cardinal approach) คือ วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีอรรถ ประโยชน์ (Utility Theory)

วิเคราะห์แบบลำดับที่ (Ordinal approach) คือ การวิเคราะห์เส้นความพอใจเท่ากันกับเส้นงบประมาณ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค พอสรุปได้ดังนี้

1. ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (The Utility Approach)

อรรถประโยชน์ หมายถึง ความพอใจของผู้บริโภคที่ได้อุปโภคบริโภคสินค้าและบริการ อรรถประโยชน์หรือความพอใจของผู้บริโภคสามารถวัดเป็นหน่วยได้ เช่น กางเกงตัวแรกให้ความพอใจเท่ากับ 15 หน่วย ตัวถัดไปอาจให้ความพอใจลดลงเป็น 10 หน่วย ดังนั้นสินค้าทุกชนิดมีอรรถประโยชน์สินค้าแต่ละชนิดจะให้อรรถประโยชน์มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับความพอใจของแต่

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ละคน เช่น เพชร มีอรรถประโยชน์มากในกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะดี ส่วนทองคำมีอรรถประโยชน์มากในกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนจน เป็นต้น (สมลักษณ์ สันติโรจนกุล. 2542 : 58-59)

อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (Marginal Utility : MU) บางครั้งเรียกอรรถประโยชน์ส่วนเกินหรืออรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม หมายถึง ผู้บริโภคมีความพอใจรวมเพิ่มขึ้น เมื่อได้รับสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยหรือเขียนเป็นสมการ ดังนี้ $MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$

กฎการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (The Law of Diminishing Marginal) กล่าวว่า “เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้า และบริการเพิ่มขึ้นทีละ 1 หน่วยแล้ว อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายจะลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับจนถึงศูนย์

ตาราง 1 อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายและอรรถประโยชน์รวม

ปริมาณน้ำ (แก้ว) (Q)	อรรถประโยชน์รวม (หน่วย) (TU)	อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย (หน่วย) ($MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q}$)
$\left.\begin{matrix}1\\2\end{matrix}\right\}\Delta Q$	$\left.\begin{matrix}10\\17\end{matrix}\right\}\Delta TU$	10
		7
3	22	5
4	24	2
5	24	0
6	22	-2

จากตาราง 1 จะเห็นว่าการดื่มน้ำแก้วที่ 1 มีความพอใจสูงมาก หรือ MU เท่ากับ 10 หน่วย แก้วที่ 2 มีความพึงพอใจลดลงเป็น 7 หน่วย และแก้วที่ 5 มีความพอใจเท่ากับ 0 หน่วย (รู้สึกเฉยๆ) ส่วนแก้วที่ 6 มีค่าติดลบแสดงว่าเกิดความไม่พึงพอใจ (หงุดหงิดและอาเจียนออก) ความพอใจจึงติดลบแสดงว่า TU จะมีค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ จนสูงสุด (24 หน่วย) ก็จะลดลงตามลำดับ เมื่อดื่มน้ำเพิ่มขึ้นทีละ 1 แก้ว จาก 1 แก้วเป็น 2 แก้วเรื่อยๆ จนถึง 6 แก้วแล้ว MU จะลดลงเรื่อย ๆ ตามลำดับจนถึงศูนย์และติดลบ เรียกพฤติกรรมนี้ว่า กฎลดน้อยถอยลงของ MU แสดงว่า MU ลดลงตามลำดับโดยมีเงื่อนไขคือต้องเป็นสินค้าเหมือนกันทุกประการ และบริโภคในเวลาที่ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้รายได้และรสนิยมของผู้บริโภคต้องคงที่

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อรรถประโยชน์หน่วยท้ายสุด คือ ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคหน่วยท้ายสุดของสินค้านั้นๆ เช่น น้ำแก้วหลังสุดหรืออาหารจานท้ายสุด ซึ่งในกรณีของน้ำ ก็เพราะน้ำมีปริมาณเหลือเฟือนั่นเอง อรรถประโยชน์หน่วยท้ายสุดจึงมาน้อย แต่ในกรณีของสินค้าบางประเภท เช่น เพชร เป็นต้น ซึ่งถึงแม้ว่าอรรถประโยชน์ในภาพรวมจะมีไม่มากนัก แต่เพราะว่าเพชรเป็นของหายาก ดังนั้นอรรถประโยชน์หน่วยท้ายสุดจึงมีค่าสูง

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ในกรณีของสินค้าซึ่งมีปริมาณเหลือเฟือ การที่จะได้สินค้าประเภทนั้นเพิ่มขึ้นมาอีกหน่วยหนึ่ง มิใช่เรื่องยาก ดังนั้น “อรรถประโยชน์” ของหน่วยท้ายสุดที่ได้มาเพิ่มขึ้นจึงมีน้อย ทำให้มูลค่าหรือราคาของสิ่งนั้น ๆ ค่อนข้างต่ำ แต่สำหรับสินค้าหายาก การที่จะได้มาเพิ่มอีกหน่วยหนึ่งเป็นเรื่องยาก “อรรถประโยชน์” ในส่วนที่จะมาเพิ่มก็จะสูงทำให้ราคาสูงด้วยเหตุนี้ น้ำจึงมีราคาถูกกว่าเพชร ทั้ง ๆ ที่น้ำมี “อรรถประโยชน์” สูงกว่าเพชรมากมาย เพราะขาดน้ำชีวิตก็อยู่ไม่ได้ แต่ถ้าขาดเพชรชีวิตก็ยังคงอยู่ ทฤษฎีอรรถประโยชน์หน่วยท้ายสุดดังกล่าวนี้ได้ปูทางไปสู่การยอมรับคำอธิบายว่าด้วยมูลค่าและราคาของสินค้าและบริการ

2. ทฤษฎีเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference curve Theory)

เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference curve : IC) หมายถึง เส้นที่แสดงการบริโภคสินค้า 2 ชนิดในสัดส่วนที่แตกต่างกันแต่ได้รับความพอใจที่เท่ากันตลอดทั้งเส้น ไม่ว่าจะเลือกบริโภคที่จุดใดของเส้น มีแผนการบริโภคสินค้าอย่างไร ผู้บริโภคก็จะได้รับความพอใจที่เท่ากันทั้งเส้น

คุณสมบัติของเส้นความพอใจเท่ากัน ได้แก่

2.1 เป็นเส้นโค้งหรือเส้นตรงที่ทอดลงจากซ้ายมาขวา ค่าความชันเป็นลบซึ่งแสดงถึงเมื่อผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าอย่างหนึ่งเพิ่มขึ้นจะต้องลดการบริโภคสินค้าอีกอย่างหนึ่งชดเชยเพื่อให้ได้รับความพอใจในระดับเท่าเดิม

2.2 เส้นความพอใจเท่ากันส่วนใหญ่จะเว้าเข้าหาจุดกำเนิด แสดงถึง อัตราการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิดที่ใช้ทดแทนกันได้แต่ไม่สมบูรณ์

2.3 เส้นความพอใจเท่ากันแต่ละเส้นจะไม่ตัดกัน

2.4 เส้นความพอใจเท่ากันมีลักษณะเป็นเส้นติดต่อกันโดยไม่ขาดช่วง

อัตราส่วนเพิ่มของการทดแทนกันของสินค้า 2 ชนิด (Marginal rate of substitution : MRS) หมายถึง การบริโภคสินค้าชนิดหนึ่งลดลงเมื่อบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย เพื่อรักษาระดับความพอใจของผู้บริโภคให้คงเดิม หรือ ดังนั้น MRS_{YX} คือ slope ของเส้น IC นั่นเอง

เส้นงบประมาณหรือเส้นราคา (Budget line or price line) หมายถึง เส้นที่แสดงถึงจำนวนต่างๆ ของสินค้า 2 ชนิด ที่สามารถซื้อได้ด้วยเงินจำนวนหนึ่งที่เท่ากันตลอดทั้งเส้น พิจารณา ณ ราคาตลาดในขณะนั้น เส้นงบประมาณจะมีลักษณะเป็นเส้นตรง ความชันเป็นลบเสมอ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumers' equilibrium) ดุลยภาพของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ณ จุดที่เส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณ ซึ่งจะแสดงถึง จุดที่ผู้บริโภคทำการบริโภคสินค้า 2 ชนิด และได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่จำกัด

จากทฤษฎีสรุปได้ว่า การบริโภคเป็นกิจกรรมสุดท้ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตอบสนองหรือบำบัดความต้องการให้กับหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ของระบบเศรษฐกิจ ทั้งครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล เนื่องจากทุกๆ หน่วยจำเป็นต้องได้รับสินค้าและบริการมาอุปโภคบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งสิ้น

3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็นสำคัญ ตามแนวคิดตามพฤติกรรมศาสตร์ มีนักวิชาการหลายคนได้ให้แนวคิดและทฤษฎีที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ไว้มากมายความพึงพอใจ ได้มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องพอสรุปได้ดังนี้

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Needs Hierarchy Theory) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ อับบราฮัม มาสโลว์(Abraham Maslow) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความจูงใจจากความต้องการของมนุษย์ โดยที่มองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเอง ซึ่งความต้องการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุด และความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไปหาสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนอง จะมีความต้องการอื่นในระดับสูงต่อไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2545 : 311) ซึ่งมาสโลว์ได้นำความต้องการมาจัดเรียงลำดับขั้น จากขั้นต่ำไปขั้นสูง ดังนี้

1.1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย และการนอน การพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่งซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดและความต้องการอื่นที่จะกระตุ้นบุคคลต่อไป

1.2 ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security, or safety needs) ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางร่างกาย และความกลัวต่อการสูญเสียงาน ทรัพย์สิน อาคาร หรือที่อยู่อาศัย

1.3 ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation, or acceptance needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจะต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น

1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการการยกย่องจากตัวเองและจากบุคคล

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อื่น ความต้องการนี้เป็นความพึงพอใจ ในอำนาจ (Power) ความภาคภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence)

1.5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) มาสโลว์คำนึงว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะสามารถประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

2. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) (พีระพงษ์ เจียรตระกูล. 2543 : 11 ; อ้างอิงจาก Vroom. 1964. Working and Motivation) ได้นำแนวคิดทฤษฎีนี้มาจากหลายบุคคล ซึ่งนำโดย วรูม ได้อธิบายความพึงพอใจในแง่ที่ว่าบุคคลจะเกิดความพึงพอใจได้ก็ต่อเมื่อเขาประเมินแล้วว่างานนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ซึ่งบุคคลได้มีการตัดสินใจไว้ล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของสิ่งที่ได้รับ (รายได้การส่งเสริมให้ก้าวหน้า สภาพการทำงานที่ดีขึ้น) บุคคลจึงเลือกเอางานที่นำผลลัพธ์เหล่านั้นมาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินเปรียบเทียบผลลัพธ์ต่างๆ บุคคลจะรู้สึกถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้น ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวังจึงอยู่บนพื้นฐานของสมมติฐาน 4 ข้อ คือ

2.1 พฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงกดดันภายในบุคคลและสภาพแวดล้อม คนจะมีความต้องการ และความคาดหวังไม่เหมือนกันจะมีอิทธิพลต่อการตอบสนอง ต่อสภาพแวดล้อมของงานที่ไม่เหมือนกันจะทำให้คนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

2.2 บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของพวกเขาภายในองค์การ ซึ่งในการที่จะตัดสินใจเหล่านั้นอาจเป็นเรื่องของพฤติกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิก การมาทำงาน การอยู่ภายในสถานที่ทำงาน หรือ พฤติกรรมของการใช้กำลังพยายามจะทำงานหนักมากน้อย แค่ไหน

2.3 บุคคลจะมีความต้องการ และเป้าหมายไม่เหมือนกัน บุคคลต่างๆ จะมีความพอใจผลลัพธ์ไม่เหมือนกัน การทำความเข้าใจ ความต้องการของพวกเขาจะนำไปสู่ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจูงใจ และให้ผลตอบแทนพวกเขาอย่างไรถึงจะดีที่สุด

2.4 บุคคลจะทำการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เป็นทางเลือกโดยอยู่บน พื้นฐานของความคาดหมายของพวกเขาว่า พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการมากน้อยแค่ไหน คนมีแนวโน้มจะมีพฤติกรรมในแนวทางที่พวกเขาเชื่อว่าจะได้รับผลตอบแทน และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่พวกเขามองเห็นว่าจะก่อให้เกิดผลที่ติดตามที่ไม่ต้องการ

3. ทฤษฎีของเฮอร์ซเบอร์ก (Herzberg. 1959 : 79) แบ่งประเภทของความพึงพอใจออกเป็น 2 ลักษณะตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้แก่

3.1 ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่เกิดจากความมีสำนึกในการทำงาน ผลสัมฤทธิ์ ความเจริญเติบโตของงาน ความก้าวหน้า รายได้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เทคนิคการนิเทศงาน ความรับผิดชอบในการทำงาน นโยบายใน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

การทำงาน นโยบายและการบริหารงานของหน่วยงาน สภาวะของงาน ตัวของงานที่ทำ สภาพและปัจจัยส่วนตัวของผู้ทำงาน ตลอดจนความมั่นคงในการทำงาน ความพึงพอใจเบื้องต้นนี้สามารถสังเกตได้จากผลงานที่ทำ

3.2 ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ส่วนใหญ่จะเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากความรู้สึก เช่น ความรู้สึกอันเกิดจากสามัญสำนึกที่มีต่องานและผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้สึกที่มีต่อความเจริญเติบโตของงาน ต่อความรับผิดชอบในการทำงาน ต่อกลุ่มผู้ร่วมงาน ต่อการเพิ่มหรือลดความมั่นคงในการทำงาน ความรู้สึกที่มีต่อความยุติธรรม ความรู้สึกภูมิใจต่อความเสมอภาคหรือรู้สึกละอายต่อความไม่เสมอภาค รวมทั้งความรู้สึกที่มีต่อรายได้ที่ได้รับ

จากทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบว่า ความพอใจของบุคคลจะเกิดขึ้นภายในตัวของแต่ละบุคคลซึ่งมีความคาดหวังในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถูกกำหนดด้วยประสบการณ์ของคน ๆ นั้น และเมื่อได้รับการตอบสนองความคาดหวังจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าได้รับการตอบสนองมากเกินความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจสูงสุด แต่ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันไม่เท่ากัน ทั้งนี้อาจมาจากประสบการณ์ สถานการณ์ หรือแม้กระทั่งเป้าหมายของความคาดหวังนั้นๆ

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุสุมา ศรียากูล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารูปแบบที่พึงประสงค์ในการให้บริการนวด อบ ประคบสมุนไพร เพื่อส่งเสริมสุขภาพ : กรณีศึกษาศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินย้อยอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับรูปแบบที่พึงประสงค์ในการให้บริการนวด อบ ประคบสมุนไพร เพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยภาพรวมของการสร้างรูปแบบการให้บริการในลักษณะผสมผสานครบวงจรสามารถใช้เป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพของประชาชนได้ วัตถุประสงค์ของการสร้างรูปแบบดังกล่าวต้องมีการให้บริการครบวงจร มีมาตรฐานเป็นต้นแบบในการส่งเสริมสุขภาพ ตามทฤษฎีการแพทย์แผนไทย ส่วนองค์ประกอบของรูปแบบการให้บริการที่พึงประสงค์ คือ เป็นรูปแบบการให้บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพครบวงจรที่มีการนวดไทย การอบ การประคบสมุนไพร ที่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ มีการประชาสัมพันธ์และเน้นในด้านสถานที่ คุณภาพของการให้บริการ และความปลอดภัย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ

ยุพร ชมณี (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการดูแลสุขภาพด้วยการนวดแผนไทย : กรณีศึกษาในชุมชนเขตเทศบาลเมืองเลย ผลการวิจัยพบว่า ด้านการดูแลสุขภาพและการนวดแผนไทยพบว่ามีการดูแล 2 ลักษณะ ดังนี้ ประการแรก คือ ดูแลสุขภาพในภาวะปกติ ได้แก่ การออก

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

กำลังกาย การนวด การพักผ่อน ประการที่สอง คือ ดูแลสุขภาพในภาวะเจ็บป่วย ได้แก่ การไปรักษาที่คลินิก โรงพยาบาล และสาธารณสุขเทศบาลเมืองเลย การซื้อยามารับประทาน การปล่อยให้หายเอง ในด้านการนวดแผนไทย พบว่า มีองค์กรที่ให้การสนับสนุน คือ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลย โรงพยาบาลเลย และเทศบาลเมืองเลย โดยการส่งเสริมการอบรมหมอนวดแผนไทยให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านกระบวนการนวดและผลการนวดแผนไทย พบว่า มีลักษณะการนวด 2 ลักษณะ คือ การนวดเพื่อสุขภาพ และการนวดเพื่อรักษาโรค หลักการนวดหมอนวดแผนไทย จะให้หลักพื้นฐานการนวด คือ หมอนวดแผนไทยจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสรีรวิทยาขอร่างกาย มีการค้นหาสาเหตุเจ็บป่วยหรือวินิจฉัยโรคเบื้องต้น เลือกวิธีการนวดที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการนวด วิธีนวดใช้ท่านวด 4 ท่า คอ ท่านอนหงาย นอนตะแคง นอนคว่ำ และท่านั่ง ซึ่งจะสับเปลี่ยนท่าต่างๆ ตามลำดับ เพื่อความสะดวกในการกดจุดนวดและเพื่อความสะดวกในการนวดแต่ละรูปแบบ เช่น การกด การคลึง การบิด และการทุบหรือสับ เป็นต้น การนวดมีผลต่อร่างกาย คือ ทำให้ระบบการไหลเวียนของโลหิตในร่างกายดีขึ้นและบรรเทาอาการเจ็บปวด มีผลต่อจิตใจ คือ ทำให้รู้สึกสดชื่น ผ่อนคลายความกังวล และช่วยบรรเทาการคลายเครียด และมีผลต่อสังคม คือ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว และชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงคุณค่าในการดูแลรักษาสุขภาพด้วยการนวดแผนไทย อันเป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชนซึ่งสอดคล้องกับหลักการและนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข ที่มุ่งให้ประชาชนมีสุขภาพดีถ้วนหน้า โดยพึ่งตนเองและมีส่วนร่วมของชุมชน

วันดี องค์ธนะสุข (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวด ประคบ และอบสมุนไพร โดยทำการศึกษาในสถานบริการโครงการศูนย์ส่งเสริมสุขภาพแผนไทย กระทรวงสาธารณสุข พบว่า สภาพทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างผู้เลือกใช้และไม่เลือกใช้บริการมีสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมคล้ายคลึงกัน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 35 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจและเงินเดือนอยู่ในช่วง 10,001- 20,000 บาทต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรเพศชายและประสบการณ์ในการใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95 และ 99 ตามลำดับ กล่าวคือ เพศชายและผู้มีประสบการณ์ที่ดีกับสถานที่ให้บริการจะมีความน่าจะเป็นที่จะเลือกใช้บริการมากขึ้น ส่วนค่าใช้จ่ายบริการทางการแพทย์แผนปัจจุบันเทียบกับแผนโบราณมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการประคบ และอบสมุนไพร ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 99 โดยกลุ่มผู้ใช้บริการพอใจกับราคาค่าบริการ ความชำนาญของหมอรวมทั้งเจ้าหน้าที่มีมนุษย์สัมพันธ์ดี และมีบรรยากาศที่ดี นอกจากนี้กลุ่มผู้ใช้บริการต้องการให้สถานบริการแห่งนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ปรับปรุงในเรื่องเกี่ยวกับข้อแนะนำการใช้บริการอย่างถูกวิธีและโทษของการใช้บริการที่ไม่ถูกวิธี รวมทั้งการเพิ่มจำนวนหมอผู้ให้บริการให้เพียงพอกับความต้องการ

ศุภนิษฐ์ เหมะวรรณ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และมีอาชีพเป็นนักศึกษามากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านเครื่องมือ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

อุดม อุดมวรรธน์กุล (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การถ่ายทอดการนวดแผนไทยบ้านป่าบง โดยพบว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการนวดแผนไทยบ้านป่าบง ซึ่งพบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 3 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมพบว่าวัฒนธรรมชุมชนเป็นสิ่งที่ประชาชนได้ยอมรับ และสืบทอดกันมาของชาวบ้าน ปัจจัยด้านสังคมพบว่าสังคมชนบทมีการนับถือผู้อาวุโสที่มีตำแหน่งทางสังคมซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวบุคคลและมีความพึงพอใจยอมรับการบริการด้วยส่วนปัจจัยด้านการรักษาพยาบาลด้วยการนวดแผนไทยนั้นได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษจึงได้อาศัยความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาทำการรักษาด้วยการนวดแผนไทย ประคบสมุนไพร ซึ่งผู้ใช้บริการที่รับการรักษาโดยวิธีนวดแผนไทยและประคบสมุนไพรมักบอกต่อผู้อื่นด้วยวิธีกล่าวอ้างจากผลการรักษาและยังพบว่าระดับความพึงพอใจและการยอมรับยังมีความสำคัญน้อยกว่าการรักษาด้วยแพทย์แผนปัจจุบัน ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการรักษาไม่หายก็จะกลับมาใช้วิธีการรักษาแบบพื้นบ้านและการนวดแผนไทย ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงยอมรับการรักษาด้วยการนวดแผนไทยควบคู่ไปกับการแพทย์แผนปัจจุบัน

กมลรัตน์ ภิญญธนาบัตร (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทยในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพการแพทย์แผนไทย จังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทย ปัจจัยนำด้านความรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยนำด้านทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพโดยการนวดไทย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพโดยการนวดไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยนำด้านการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพโดยการนวดไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทยอย่างมี

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยเอื้ออำนวยได้แก่การได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวและการเข้าถึงบริการดูแลสุขภาพโดยการนวดไทยไม่มีความสัมพันธ์กับการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทย ปัจจัยส่งเสริม ได้แก่ กระแสความตื่นตัวทางสังคมในเรื่องการนวดไทยและการได้รับข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการนวดไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัชราภรณ์ อักษรแหลม (2547 : บทคัดย่อ) การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา พบว่า ส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง ระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละครั้งใช้เวลา 61 - 90 นาที โดยจำนวนเงินที่จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 2,000 บาท และใช้บริการแบบนวดทั้งไทย สวีดิช อโรมา ประเภทของสื่อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้เรื่องมากที่สุด คือ ใบปลิว โดยเห็นว่ามีความนิยมเพิ่มขึ้น โดยให้เหตุผลว่าเพราะคนส่วนใหญ่มีการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้นและเห็นคุณค่าของการใช้บริการสปาว่าสามารถผ่อนคลาย ทั้งนี้มีการตัดสินใจใช้บริการด้วยตนเองช่วงเวลาที่ใช้บริการจะเป็นเสาร์ อาทิตย์ ร้านสปาที่ใช้บริการจะตั้งอยู่ต่างหากและใช้บริการทันทีที่เจอร้านที่ถูกใจในด้านกลยุทธ์ด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา พบว่า กลยุทธ์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาพอสมควรเหมาะสมกับคุณภาพบริการ สถานที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวกและพนักงานมีความรู้ความสามารถในงานที่ต้องรับผิดชอบอย่างแท้จริงและมีมนุษยสัมพันธ์ดีและพบว่าปัจจัยอายุ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัย กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานและการบริการ กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วราภรณ์ หมอนสะอาด. (2547 : บทคัดย่อ). พบว่าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดทั้งตัว สาเหตุที่ใช้บริการนวดแผนไทย คือ เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับบริการ คือ 101-200 บาท ความถี่ในการใช้บริการ คือ ใช้บริการไม่แน่นอน ช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ 18.01-21.00 น. วันที่มาใช้บริการ คือ วันเสาร์-อาทิตย์ และมีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง คือ 1-2 ชั่วโมง ลักษณะการใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านประจำเพียงร้านเดียว โดยมีเหตุผล คือ บริการได้มาตรฐาน/หรือได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข แหล่งที่ได้ข้อมูลร้านนวดแผนไทย คือ เพื่อน ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกพอใจมากหลังใช้บริการนวดแผนไทย โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

วุฒิพร ศรีมังกรแล้ว (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ : กรณีศึกษาศูนย์บริการสาธารณสุขเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่นมีการดูแลสุขภาพตนเอง 2 ลักษณะ ดังนี้ ประการแรกดูแลสุขภาพในรูปแบบการออกกำลัง ด้วยการวิ่ง เต้นแอโรบิก และนอนพักผ่อน ประการที่สอง การดูแลสุขภาพด้วยการนวด คลายเส้น คลายเครียด ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ พบว่าผู้ให้บริการมีความภูมิใจในวิชาชีพการนวดแผนไทย ทำประโยชน์ให้กับสังคมมีสติ ทั้งกาย วาจา ใจ สมาธิ มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ให้บริการ พบว่าผู้ให้บริการมีความสุข มีความภูมิใจได้รับการยกย่องจากสังคมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถมีความเชี่ยวชาญด้านการนวดแผนไทยทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ พบว่าผู้รับบริการ พึงพอใจกับร่างกายของตนเองระบบต่างๆ ภาในร่างกาย ทำงานได้ดี มีระบบการไหลเวียนของโลหิต บรรเทาอาการปวดเมื่อ ร่างกายสดชื่นขึ้น จากการค้นคว้าแสดงให้เห็นถึงการนวดแผนไทยด้วยภูมิปัญญาของคนไทย สร้างทัศนคติที่ดีให้กับคนไทยและชาวต่างประเทศ สร้างความพึงพอใจซึ่งกันและกัน ถ้อยทีถ้อยอาศัยสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้คนไทยมีสุขภาพที่ดีจิตใจที่ดีงาม ครอบครัวมีความสุข ชุมชนมีความสุขถ้วนหน้าแบบยั่งยืน

ยิ่งพร เจียตระกูล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยที่ขึ้นทะเบียนกับสาธารณสุขมีจำนวน 6 แห่ง โดยลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของคนเดียวเปิดให้บริการประเภทนวดตัว นวดฝ่าเท้าและประคบสมุนไพร อัตราค่าบริการแก่ลูกค้าจะอยู่ที่ราคา 80-100 บาทต่อชั่วโมง โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนสะดวกในการไปใช้บริการและมีจุดเด่นคือเรื่องของความสะอาดและปลอดภัย ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการมาจากคำแนะนำของผู้ที่เคยมาใช้บริการแล้ว ในส่วนของผลตอบแทนของธุรกิจ สถานประกอบการมีรายได้อยู่ระหว่า 12,800- 21,000 บาทต่อเดือน ส่วนต้นทุนทั้งหมดอยู่ระหว่าง 9,683-35,400 บาทต่อเดือน โดยต้นทุนส่วนใหญ่มาจากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และค่าจ้างแก่ผู้ให้บริการตามลำดับ การศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพรับราชการ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท และเป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพะเยา เหตุผลที่มาใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อต้องการบรรเทาอาการปวดเมื่อย และผ่อนคลายความเครียด โดยความถี่ในการใช้บริการนวด คือ 1 ครั้งต่อเดือน เวลาในการรับบริการครั้งละ 1 ชั่วโมง อัตราค่าบริการอยู่ที่ชั่วโมงละ 100 บาท และการรับรู้ข่าวสารการนวดแผนไทยได้จากการแนะนำของคนรู้จัก เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวด

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

แผนไทย พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่ และการให้บริการ ตามลำดับ ในส่วนของผู้ให้บริการนวดพบว่า ผู้ให้บริการนวดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-4,000 บาท และเป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพะเยา โดยมีประสบการณ์ในการนวดไม่เกิน 2 ปี ส่วนใหญ่ฝึกอบรมการนวดระยะสั้นมากจากสถาบันการศึกษาที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ผู้ให้บริการนวดต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนในเรื่องสวัสดิการต่างๆ เช่น การฝึกอบรมเพิ่มเติม การออกใบรับรองวิชาชีพ และการหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการเปิดกิจการของตัวเอง ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการนวดแผนไทยให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น การนำสมุนไพรไทยมาใช้ร่วมกับการนวด นอกจากนี้ยังต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพในการให้บริการ และสนับสนุนให้มีการจัดตั้งเครือข่ายนวดแผนไทย เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และเป็นการพัฒนาการนวดแผนไทยให้มีความยั่งยืน

กัณฐิกา อาธิดากร (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการนวดแผนไทย เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีระยะเวลาในการใช้บริการแตกต่างกัน ตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาผลที่ได้ไม่แตกต่างกันในทุกกลุ่ม โดยส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง และส่วนใหญ่ใช้บริการเมื่อป่วยและใช้บริการเดือนละครั้ง โดยจะใช้บริการในวันหยุดและเมื่อมีเวลาว่าง เมื่อจำแนกตามอาชีพแล้ว กลุ่มนักศึกษา และเจ้าของกิจการมีพฤติกรรมแตกต่างจากกลุ่มอื่น ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งในเรื่องของการนวด สถานที่ ค่าบริการ บุคลากร และข้อมูลข่าวสาร พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการเมื่อจำแนกแต่ละกลุ่มตามปัจจัยทางสังคมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมากโดยภาพรวม

เพชรตะวัน พิทักษ์ทิม (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยของโรงพยาบาลอุดรธานี พบว่า ปัจจัยด้านเพศ เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของโรงพยาบาลอุดรธานีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะทางและสะดวกเกี่ยวกับพาหนะ สิทธิในการรักษา และความชอบส่วนบุคคล พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของโรงพยาบาลอุดรธานีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทยโรงพยาบาลอุดรธานี พบว่ามีความพึงพอใจ ต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในระดับมาก ความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการในด้านความสามารถของพนักงานนวดแผนไทยอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อความ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สะดวกในการให้บริการด้านระบบการนัดหมายและการจัดคิวอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนความพึงพอใจต่อสถานบริการและสิ่งแวดล้อมในด้านความเป็นสัดส่วนของสถานบริการ จำนวนเตียงที่รองรับการให้บริการและความสะดวกของสถานที่จอดรถ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง สำหรับสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการนวดแผนไทยของโรงพยาบาลอุดรธานีมากที่สุดคือ มีสิทธิเบิกค่ารักษา พนักงานนวดมีความชำนาญและมีประสิทธิภาพ ตามลำดับ ส่วนเหตุผลที่ทำให้ผู้มาใช้บริการนวดแผนไทยของโรพยาบาลอุดรธานีให้เหตุผลมากที่สุดคือ ไม่สะดวกมารับบริการในวันและเวลาเปิดให้บริการ

รัฎชญา เหล่าชินชาติ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด มีอายุ 30 - 39 ปี 3 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง เคยใช้บริการสถานที่บริการนวดแผนไทย รัชดาหัตถ์เวช ใช้บริการนวดแผนไทย 3 - 4 ครั้ง / เดือน เหตุผลที่ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยเนื่องมาจาก การเจ็บป่วยทางร่างกาย กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากเลือกใช้บริการนวดแผนไทยที่วัดที่เปิดให้มีการนวด และใช้เวลาในการนวดแผนไทย 61 - 90 นาที ค่าใช้จ่ายในการบริการนวดแผนไทย 1,001 - 2,000 บาท และมักจะนิยมนวดตัวกัน ปัจจัยด้านคุณภาพส่วนประสมการตลาดโดยรวมในด้านสถานบริการนวดแผนไทย ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารข้อมูล บุคลากร ขั้นตอนในการให้บริการนวดแผนไทยและบรรยากาศในการให้บริการในระดับดี (X = 4.05) และมีความพึงพอใจโดยรวมในการมาใช้บริการนวดแผนไทยในระดับดี (X= 4.00) กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะในการใช้บริการนวดแผนไทยมากที่สุดจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการควรมีมากกว่านี้ อัตรา ค่าบริการควรถูกลงกว่านี้และมีหลายระดับราคาให้เลือก และจำนวนชั่วโมงที่ให้บริการน้อยเกินไป ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในเรื่อง ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทยแตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยที่แตกต่างกันในเรื่อง จำนวนเงินที่จ่ายค่าบริการ ประเภทบริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน และปัจจัยคุณภาพส่วนประสมทางการตลาด ในด้านสถานบริการนวดแผนไทย ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การสื่อสารข้อมูล บุคลากร ขั้นตอนในการให้บริการนวดแผนไทย และบรรยากาศในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทย

เมย์ (May. 1997 : Abstract) ศึกษาเรื่อง การแข่งขันระหว่างบริษัทข้ามชาติและบริษัทในประเทศ กรณีศึกษาอุตสหากรรมบริการในประเทศไทย (How Multinational and National Firms

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Compete: A Case Study of the Hospitality Industry in Thailand) เป็นการแข็งขันระหว่างเครือข่ายโรงแรมข้ามชาติกับเครือข่ายโรงแรมไทย ผลจากการศึกษาสรุปว่า การให้ความรู้กับพนักงาน การให้อำนาจในการตัดสินใจ การจัดการข้อมูล การพัฒนารูปแบบการบริการใหม่ๆ และการหาพันธมิตร เป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความแข็งแกร่งให้กับองค์กร นอกจากนี้ยังพบว่าพันธกิจ (Mission) ขององค์กรและสภาพแวดล้อมของตลาดเป็นปัจจัยที่ช่วยลดความแตกต่างของความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เครือโรงแรมทั้งที่เป็นบริษัทข้ามชาติและเครือโรงแรมของไทยต่างให้ความสำคัญในบางเรื่องที่คล้ายๆ กัน เช่น การเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงาน และ การพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ๆ แต่สิ่งที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญก็คือเครือโรงแรมของไทยจะให้ความสำคัญอย่างมากกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับเครือโรงแรมข้ามชาติ

แมซโซว (Mazzeo. 1998 : Abstract) ศึกษาเรื่องความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย : การวิเคราะห์เชิงประจักษ์อุตสหกรรมโรงแรมสำหรับผู้เดินทาง (Product Differentiation and Oligopoly Market Structure : An Empirical Analysis of the Motel Industry) ซึ่งเป็นหาความสัมพันธ์ของโครงสร้างของตลาดและการแข่งขันทางด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดธุรกิจโมเต็ลในสหรัฐอเมริกา แมซโซวได้สร้างแบบจำลองดุลยภาพ (Equilibrium model) จากทฤษฎีเกมส์และแบบจำ ลองทางเศรษฐมิติ และทดสอบแบบจำลอง โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางจากธุรกิจโมเต็ลที่ตั้งอยู่ริมทางหลวงที่เชื่อมระหว่างรัฐต่างๆ ในสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตลาดที่เป็นลักษณะตลาดคู่แข่งขันน้อยราย ผลจากการศึกษาพบว่าคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดธุรกิจโมเต็ลมีแรงจูงใจเป็นอย่างมากที่จะสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ของตน ทั้งนี้เนื่องจากการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ทำ ให้ธุรกิจที่เข้ามาใหม่เผชิญกับการแข่งขันที่เบาบางลง และในขณะเดียวกันก็สร้างผลตอบแทนที่สูงกว่าการไม่สร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์