อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง และค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

Influence Brand Image Service Quality Subjective Norm and Values Affects Decision to Use Thai Massage Services from Thai traditional and Alternative Medicine Centers of Working-age People in Nonthaburi Province.

สุพรรณี ทับทอง
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Supannee Tubthong
E-mail: 6614131006@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง และค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิงและค่านิยมต่อการใช้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท การสร้างภาพลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ($\bar{X}$ = 4.06) คุณภาพบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจและด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 4.13) กลุ่มอ้างอิงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97) ค่านิยมโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ค่านิยมส่วนบุคคล ($\bar{X}$ = 4.07) และการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) การสร้างภาพลักษณ์ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ นอกจากนั้น คุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ รวมถึงค่านิยม ด้านค่านิยมส่วนบุคคล ค่านิยมทางสังคม และกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทย

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence, brand image, service quality, subjective norm and values affects decision to use Thai massage services from Thai traditional and alternative medicine centers of working-age people in Nonthaburi Province, factors include demographic factors, brand image, service quality, subjective norm and values. The 400 sample were drawn from population of working-age people in Nonthaburi Province. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most working-age people in Nonthaburi Province of the respondents were female, aged 31 - 40 years, civil servants or state enterprises, received Bachelor's Degree and received monthly income of 10,001 - 20,000 bath. Brand image were at high level ($\bar{X}$ = 4.04). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was institutional image ($\bar{X}$ = 4.06).Service quality were at high level ($\bar{X}$ = 4.09). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was reliabilities and assurance ($\bar{X}$ = 4.13). Subjective norm was at high level ($\bar{X}$ = 3.97). Values were at high level ($\bar{X}$ = 4.03). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was personal values ($\bar{X}$ = 4.07).The decision to use Thai massage services from Thai traditional and alternative medicine centers of working-age people in Nonthaburi Province was rated at a high level ($\bar{X}$ = 4.06).

The results of hypothesis test show that (1) working-age people in Nonthaburi Province with different age, occupation, education and income had different overall decision to use Thai massage services from Thai traditional and alternative medicine centers at statistical significance of 0.05 levels. (2) Brand image; institutional image, brand image, in addition, service quality; empathy, tangibles, reliabilities responsiveness, include, values; personal values, social value and subjective norm had effect the decision to use Thai massage services from Thai traditional and alternative medicine centers of working-age people in Nonthaburi Province at statistical significance of 0.05 levels.

***Keyword*:** Decision to Use Thai Massage Services

บทนำ

การดูแลสุขภาพแบบพื้นบ้านดั้งเดิมที่อยู่คู่กับประเทศไทยมาตั้งแต่ก่อนสมัยกรุงสุโขทัย ซึ่งมีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละสังคม วัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ และรูปแบบการนวดแผนไทย หรือ การนวดแผนโบราณ เป็นการนวดชนิดหนึ่งในแบบไทย ซึ่งเป็นศาสตร์บำบัดและรักษาโรคแขนงหนึ่งของการแพทย์แผนไทย โดยจะเน้นในลักษณะการกด การคลึง การบีบ การดัด การดึง และการอบ ประคบ ซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไปในชื่อ "นวดแผนโบราณ" โดยมีหลักฐานว่านวดแผนไทยนั้นมีประวัติมาจากประเทศอินเดีย โดยเชื่อว่าน่าจะมีการนำการนวดเข้ามาพร้อมกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา และมีการนำเข้ามาในประเทศไทยเมื่อใดนั้นไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจน จากนั้นได้ถูกพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้เข้ากันกับวัฒนธรรมของสังคมไทย จนเป็นรูปแบบแผนที่เป็นมาตรฐานของไทยและส่งทอดมาจนถึงปัจจุบันโดยที่การนวดไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลปะที่มีมาแต่โบราณ เกิดจากสัญชาตญาณเบื้องต้นของการอยู่รอด เมื่อมีอาการปวดเมื่อยหรือเจ็บป่วยตนเองหรือผู้ที่อยู่ใกล้เคียงมักจะลูบไล้บีบนวดบริเวณดังกล่าว ทำให้อาการปวดเมื่อยลดลง เริ่มแรก ๆ ก็เป็นไปโดยมิได้ตั้งใจ ต่อมาเริ่มสังเกตเห็นผลของการบีบนวดในบางจุด หรือบางวิธีที่ได้ผลจึงเก็บไว้เป็นประสบการณ์ และกลายเป็นความรู้ที่สืบทอดกันต่อ ๆ มา จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ความรู้ที่ได้จึงสะสมจากลักษณะง่าย ๆ ไปสู่ความสลับซับซ้อน จนสามารถสร้างเป็นทฤษฎีการนวด จึงกลายมาเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีบทบาทบำบัดรักษา

อาการและโรคบางอย่าง (องค์การบริหารส่วนตำบลประดาง, 2562) สุขภาพเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตของบุคคล สุขภาพ หมายถึง สุขภาวะ ที่มีความสมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคม ไม่ใช่เพียงการปราศจากโรค สุขภาพจึงเป็นรากฐานที่สำคัญของชีวิต ชีวิตเป็นสิ่งมีค่า ยิ่งกว่าทรัพย์สินใด ๆ ทุกคนย่อมรักษาและหวงแหนชีวิตของตนเอง ปรารถนาให้ตนเองมีชีวิตที่อยู่เย็นเป็นสุข จึงจำเป็น ต้องรักษาสุขภาพอนามัยให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยเริ่มมา ตั้งแต่มีการปฏิสนธิในครรภ์มารดา วัยทารก วัยผู้ใหญ่ จนถึงวัยชรา (ประเวศ วะสี, 2542) โรคออฟฟิศซินโดรม เป็นโรคที่วัยทำงานมีความเสี่ยงที่จะเป็นสูง สัญญาณเตือนของอาการที่พบบ่อยมี 3 อาการ ได้แก่ ปวดหลังเรื้อรังจากการอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์นาน ปวดศีรษะเรื้อรัง มือชา เอ็นอักเสบ นิ้วล็อก การอักเสบของปลอกหุ้ม เอ็นข้อมือ เส้นเอ็นนิ้วมือพบมากขึ้น เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์ การจับเม้าท์ในท่าเดิมนานๆ ซึ่งหากไม่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม อาการจะรุนแรงจนถึงขั้นหมอนรองกระดูกเสื่อม หรือหมอนรองกระดูกกดทับเส้นประสาทได้ (กระทรวงสาธารณสุข,2562))

นวดไทย ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติประจำปีพุทธศักราช 2554 และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นรายการตัวแทนมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติในปีพุทธศักราช 2562 ที่ประชุมคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการสงวนรักษามรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ครั้งที่ 14 เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2562 ณ กรุงโบโกตา สาธารณรัฐโคลอมเบีย ได้มีมติเห็นชอบประกาศให้ “นวดไทย” ทะเบียนเป็นรายการตัวแทนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติของยูเนสโก ทำให้นวดไทยเป็นที่ประจักษ์และได้รับการยกย่องเชิดชูในระดับนานาชาติอย่างเต็มภาคภูมิ (กระทรวงต่างประเทศ,2562) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง และค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิงและค่านิยมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2568 ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง ค่านิยม ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 4 กลุ่มอ้างอิงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 5 ค่านิยมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง ค่านิยม

3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ให้แก่ผู้ให้บริการการนวดไทยได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง และค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดได้จากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในตัวของผู้บริโภคเองเป็นหลัก(Kim et al. , 2012)โดยที่การตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น จะต้องผ่านขั้นตอน แต่อาจจะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไปหรืออาจจะย้อนกลับมาที่ขั้นตอนใดซ้ำก็ได้ก่อนที่จะซื้อสินค้านั้น ซึ่งกระบวนการตัดสินใจในการซื้อนั้นประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลของทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อที่ผู้บริโภคต้องนำมาพิจารณาตามลำดับขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ (Kotler & Keller, 2012)

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์

Kotler (2000) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่เกี่ยวของกับองค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิถีที่บุคคลรับรู้เกี่ยวผลิตภัณฑ์และบริการ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาได้จากปัจจัยหลายสิ่งภายใต้การควบคุมของธุรกิจ เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องคการธุรกิจสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ และภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

Schmenner (1995) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคที่ได้รับจริง นำมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากการบริการ หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับจริง ต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้ผู้รับบริการมองว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพตามที่คาดหวังย่อมส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธุรกิจ ซึ่งหากยังไม่มีการปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอาจจะไม่มีผู้มาใช้บริการอีกต่อไป ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่คาดหวัง คุณภาพการให้บริการจะมีทิศทางเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในภายหลัง ซึ่งส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และการเติบโตของธุรกิจ จึงต้องอาศัยเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่าตัวแบบ “SERVQUAL” สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 มิติหลัก คือ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) (2) ความเชื่อถือไว้วางใจ (reliability) (3) การตอบสนองต่อผู้บริการ (responsiveness) (4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (assurance) และ (5) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (empathy) (Parasuraman et al., 1988)

4..แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง

Blackwell et al. (1990) จัดประเภทของกลุ่มอ้างอิงไว้ดังนี้ (1).กลุ่มอ้างอิงทางตรง คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผู้บริโภค โดยจะมีการติดต่อกันแบบเชิญหน้า แบ่งเป็น กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) และ กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) (2).กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางอ้อม ไม่ได้มีการรู้จักเป็นการส่วนตัว แบ่งเป็น กลุ่มที่ไผ่ฝัน (Apparitional Groups) หมายถึง บุคคลที่บุคคลอื่นต้องการจะเป็นเหมือน เช่น นักแสดง นักร้อง

นายแบบ พิธีกร และกลุ่มที่ไม่พึงปรารถนา (Dissociative Groups) หมายถึง กลุ่มอ้างอิงที่บุคคลไม่ต้องการจะเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งกลุ่มที่ไม่พึงปรารถนาสำหรับคนหนึ่งอาจเป็นกลุ่มที่ใฝ่ฝันสำหรับอีกคนหนึ่งก็ได้

5..แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยม

Rokeach (1973) ได้แสดงความคิดเห็นว่าค่านิยม เป็นความเชื่อที่มีลักษณะค่อนข้างถาวร และเชื่อว่าวิถีปฏิบัติบางอย่าง หรือเป้าหมายบางอย่างนั้น เป็นสิ่งที่ตัวเองรวมถึงสังคมมีความเห็นสมควรที่จะยึดถือหรือปฏิบัติ ค่านิยมจึงนับว่ามีความสำคัญที่คนๆหนึ่งนั้นมีให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และสิ่งนั้นมีคุณค่า มีความเชื่อและความพร้อมที่จะปฏิบัติ ค่านิยมของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละคนได้รับ ค่านิยมที่เรายึดถือจึงมีความต่างกันแม้จะอยู่ในสังคมที่เหมือนกันแต่ค่านิยมมีจะการลอกเลียนแบบ เราจึงเห็นว่าบางคนมีค่านิยมที่คล้อยตามคนอื่น โดยเฉพาะบุคคลที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อความศรัทธาและความเชื่อของบุคคล นอกจากนี้ค่านิยมยังมีลักษณะตามประสบการณ์ ตามวุฒิภาวะของการเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคล โดยจะมีการแบ่งค่านิยมในการทำงานออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ค่านิยมภายในตัวงาน (Intrinsic work valucs) (2.) ค่านิยมภายนอกตัวงาน (Extrinsic work values) Nord et al. (1988)

วิธีดำเนินการวิธีวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อจะนำเอาข้อมูลที่ได้หลังจากการเก็บรวบรวม มาวิเคราะห์เพื่อการตอบปัญหาการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ ค้นคว้า ทบทวน วรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการตั้งข้อคำถามในแบบสอบถามต้องเป็นคำถามที่มีความครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะโดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร มีข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเดี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 ค่านิยมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมทางสังคม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิงและค่านิยมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปร

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถาม ไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence--IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.96 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) การสร้างภาพลักษณ์ โดยภาพรวมเท่ากับ 0.897 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการเท่ากับ 0.854 ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ เท่ากับ 0.776 และด้านภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร เท่ากับ 0.925 คุณภาพบริการโดยภาพรวม เท่ากับ 0.958 ด้านความเป็นรูปธรรม เท่ากับ 0.881 ด้านความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.914 ด้านตอบสนองต่อผู้บริการ เท่ากับ 0.805 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ 0.857 ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ 0.965 กลุ่มอ้างอิง 0.907 ค่านิยมโดยภาพรวม 0.931 ค่านิยมส่วนบุคคล 0.927 ค่านิยมทางสังคม 0.845 และค่าความเชื่อมั่นของการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีเท่ากับ 0.734

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้มาไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง ค่านิยมและการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตาม เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ กลุ่มอ้างอิง และค่านิยมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 - 40 ปี อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

ผลการวิเคราะห์กลุ่มอ้างอิง ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณา พบว่า อยู่ในระดับสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ค่านิยม ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับตามนี้ ค่านิยมส่วนบุคคล และค่านิยมทางสังคม

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก โดยภาพรวมต่างกัน คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ที่มี เพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ที่มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การสร้างภาพลักษณ์ ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี การสร้างภาพลักษณ์ ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร และด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการที่มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี คุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์กลุ่มอ้างอิงที่มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีสามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ 1 กลุ่มอ้างอิง มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ค่านิยม ประกอบด้วย ค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมทางสังคม ที่มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก สรุปการวิจัยได้ดังนี้ ค่านิยมส่วนบุคคลและค่านิยมทางสังคม มีผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ตราศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการนวดไทย อาจเนื่องมาจากการนวดเป็นการดูแลสุขภาพแบบพื้นบ้านซึ่ง เป็นภูมิปัญญาไทยที่อยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณโดยรูปแบบการนวดแผนไทยหรือ การนวดแผนโบราณมีความหลากหลาย ซึ่งเป็นศาสตร์บำบัดและรักษาโรคแขนงหนึ่งของการแพทย์แผนไทย โดยจะเน้นในลักษณะการกด การคลึง การบีบ การดัด การดึง และการอบ ประคบ ซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไปจนหลอมรวมเข้ากับวัฒนธรรมไทยเป็นรู้กันว่าเป็นการรักษาโรคโดยใช้แพทย์ทางเลือกซึ่งในบางโรคแพทย์แผนปัจจุบันรักษาไม่หายขาดดังนั้นตราหรือยี่ฮ้อขององค์กรไม่ได้เพิ่มระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดแผนไทย ข้อที่ได้คะแนนมากที่สุดคือ คนวัยทำงานต้องการใช้บริการนวดไทยจะตัดสินใจเลือกใช้บริการจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เนื่องจากคุณภาพบริการมีมาตรฐานให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ทำการศึกษา อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัดโดยพบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก

2. ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

ดังนั้น ไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง ไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง มีการตัดสินใจการใช้บริการนวดไทยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ทำการศึกษา อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัดโดยพบว่า เพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ไม่ต่างกัน

2.2 คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีเหมือนกัน โดยมีอายุต่างกันสามารถบอกได้ว่าระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของพัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ทำการศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครโดยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมต่างกัน

2.3 คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของพัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ทำการศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครโดยพบว่า อาชีพ ที่ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมต่างกัน

2.4 คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ทำการศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครโดยพบว่า ระดับการศึกษา ที่ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมต่างกัน

2.5 คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน การตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พัชรภรณ์ บรรจุงาม (2564) ได้ทำการศึกษา อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้า คุณภาพบริการ และนวัตกรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครโดยพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมต่างกัน

3. ผลการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การสร้างภาพลักษณ์ ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญต่อด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ในระดับมาก ข้อที่ได้คะแนนน้อยสุดคือศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกมีความพร้อมด้านบุคลากรที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพื่อรองรับการบริการอย่างทั่วถึง เนื่องจากนวดไทย ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติเป็นรายการตัวแทนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติของยูเนสโก ทำให้นวดไทยเป็นที่ประจักษ์และได้รับการยกย่องเชิดชูในระดับ

นานาชาติอย่างเต็มภาคภูมิ ดังนั้นวิชาการนวด หรือวิชาหัตถเวชกรรม จึงมีการจัดสอนการอย่างแพร่หลายเพื่อเพิ่มบุคคลากรด้านแพทย์ทางเลือกให้เพิ่มขึ้นโดยศูนย์การแพทย์เป็นองค์กรหนึ่งที่รองรับผู้ป่วยที่ต้องการแพทย์ทางเลือกจึงมีความพร้อมในทุกด้านเพื่อการให้บริการที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐานการการนวดไทยจึงทำให้คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีให้ความเห็นอยู่ในระดับไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ณัฐฌา เสรีวัฒนา (2563)ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการบริการและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความภักดีและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านไทย-เดนมาร์ค มิลค์แลนด์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครโดยพบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออผลิตภัณฑ์ร้านไทย-เดนมาร์ค มิลค์แลนด์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 การสร้างภาพลักษณ์ ด้านภาพลักษณ์ตรายี่ห้อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญ ในระดับมาก มีความเห็นว่า ศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกมีความพร้อมด้านการบริการการนวดไทยที่ดี โลโก้ของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกโดดเด่นเรื่องการนวดไทย มีผลต่อภาพลักษณ์ตรายี่ห้อ ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของวศิน อัมโรสถ (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า แบรนด์เนมของคนกรุงเทพมหานคร ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนม อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 การสร้างภาพลักษณ์ ด้านภาพลักษณ์ตราสถาบันหรือองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญ ศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกมีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงทางด้านการแพทย์ทางเลือกมาเป็นเวลายาวนาน และเป็นที่ยอมรับทำให้ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรมีผลต่อตัดสินใจใช้บริการการนวดไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยพบว่า การสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญต่อด้านความเป็นรูปธรรม ในระดับมาก มีความเห็นบุคลากรของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จัดเรียงเอกสารไว้อย่างเด่นชัด ทำให้สะดวกต่อการใช้งานจึงทำให้มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของรุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

4.2 คุณภาพบริการ ด้านความความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ในระดับมาก มีความเห็นว่าบุคลากรของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกมีความเป็นมืออาชีพ น่าเชื่อถือในการให้บริการตรงกับด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของ รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยพบว่า คุณภาพ

การบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

4.3 คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ในระดับมาก มีความเห็นว่าบุคลากรของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกแสดงออกถึงความตั้งใจให้บริการการนวดไทยเพื่อให้ผู้ป่วยได้บรรเทาจากความเจ็บปวดและมีความพร้อมในการให้บริการท่านอย่างท่วงที ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

4.4 คุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ในระดับมาก ข้อที่ได้คะแนนน้อยสุดคือ บุคลากรของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามที่ต้องการทราบได้อย่างชัดเจน อาจเนื่องจากข้อมูลด้านการนวดไทยนั้นมีการเผยแพร่ ในทุกช่องทางโดยเฉพาะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การใช้บริการจากศูนย์การแพทย์แผนไทยทำให้คนวัยทำงานส่วนใหญ่มีความรู้และให้ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการที่เป็นมาตรฐานอยู่แล้ว จึงทำให้คนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีให้ความเห็นอยู่ในระดับไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

4.5 คุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ให้ความสำคัญคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ในระดับมาก บุคลากรของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก มีกิริยา มารยาทที่ดีในการให้บริการและแสดงออกถึงความตั้งใจให้บริการ ทำให้ผู้มาใช้บริการการนวดไทยมีความประทับใจต่อความเอาใจใส่เต็มใจให้บริการ ส่งผลส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

5. ผลการศึกษากลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

5.1 กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงาน ให้ความสำคัญต่อกลุ่มอ้างอิง ในระดับมาก มีความเห็นว่าเพื่อนที่ทำงานและญาติพี่น้องมีอิทธิพลที่ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการของศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา ชัยธนฤทธิ์ (2563) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ทางช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

6. ผลการศึกษาค่านิยมที่มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี

6.1 ค่านิยมส่วนบุคคล มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงาน ให้ความสำคัญต่อค่านิยมส่วนบุคคลในระดับมากโดยมีความเห็นว่าคนวัยทำงานมีความไว้วางใจต่อการให้บริการการนวดไทย เชื่อมั่นในคุณภาพของตราศูนย์การแพทย์ที่มีการให้บริการตรงกับความต้องการและราคาไม่แพงเต็มใจในการจ่ายเนื่องจากได้บริการที่คุ้มค่าเหมาะสมกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชิต อิศรางกูร ณ อยุธยา (2562) ที่ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมการซื้อ ค่านิยมและความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 500 ซีซี. ขึ้นไปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ค่านิยม ค่านิยมส่วนบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 500 ซีซี. ขึ้นไปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

6.2 ค่านิยมทางสังคมที่มีผลต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยจากศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าคนวัยทำงาน ให้ความสำคัญต่อค่านิยมทางสังคม มีความเห็นว่า การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกเป็นไปตามกระแสนิยมการนวดไทยซึ่งเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่ามีคุณภาพบริการที่ดีโยเฉพาะได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อนวมถึงราคาค่าบริการเหมาะสมที่สามารถจ่ายได้โดยไม่เดือดร้อนทำให้คนวัยทำงานตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชิต อิศรางกูร ณ อยุธยา (2562) ที่ได้ศึกษา ภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พฤติกรรมการซื้อ ค่านิยมและความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 500 ซีซี. ขึ้นไปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าค่านิยมของสังคมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 500 ซีซี.ขึ้นไปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทยของคนวัยทำงาน เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ทัศนคติของผู้มาใช้บริการการนวดไทยที่มีต่อศูนย์การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และทราบถึงความรู้เกี่ยวกับการนวดไทย และความพึงพอใจในคุณภาพบริการในด้านต่างๆได้อย่างกว้างขึ้น และปัจจัยไหนที่มีความสำคัญมากที่สุด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทย รวมถึงการได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเหล่านี้ ไปพัฒนาการให้บริการการนวดไทยให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการการนวดไทยที่ตอบโจทย์คนยุคใหม่มากขึ้นทำให้เกิดประสิทธิภาพมีความน่าเชื่อถือในการให้บริการการนวดไทยที่ให้บรรลุเป้าหมาย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรีเท่านั้น ในการวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาคนวัยอื่นหรือจังหวัดอื่น เพื่อให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจใช้บริการการนวดไทย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข (2562).โรคออฟฟิศซินโดรมทางอินเตอร์เน็ต.ค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568,จาก https://multimedia.anamai.moph.go.th/infographics/office-syndrome-2/

กระทรวงต่างประเทศ (2563). “นวดไทย” ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ขององค์การยูเนสโกไทย สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.mfa.go.th/th/content/113200

เตชิต อิศรางกูร ณ อยุธยา (2562).ภาพลักษณ์ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์พฤติกรรมการซื้อค่านิยมและความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ขนาด 500 ซีซี.ขึ้นไปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประเวศ วะสี. (2542). บนเส้นทางใหม่การส่งเสริมสุขภาพอภิวัฒน์ชีวิตและสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.

พัชรภรณ์ บรรจุงาม. (2564). อิทธิพลช่องทางในการรับรู้ข่าวสาร คุณค่าตราสินค้าคุณภาพบริการ และนวัตกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้ฝากเหรียญ ธนาคารไทยพาณิชย์ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐฌา เสรีวัฒนา (2563).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น แบรนด์Everything 2019 ผ่านช่องทางติ๊กต๊อกช็อป.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รุ่งรัตน์ ไชยเทพ (2564).ศึกษาเรื่อง อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด.บทความ. สาขาวิชาการบัญชี.คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วศิน อัมโรสถ (2564). ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณค่าของตราสินค้า ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า แบรนด์เนมของคนกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

องค์การบริหารส่วนตำบลประดาง. (2562). ภูมิปัญญาท้องถิ่นการนวดแผนไทย. ค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2568, จาก https://www.pradang.go.th/news- detail?doIP=1&checkIP=%24chkIP&id= 41907&checkAdd=%24chkAd&dum=85989_ypk.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). Consumer behavior. Mason, OH: Thomson Higher Education.

Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.

Kotler, P. (2000). Marketing management (The millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall International.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). Marketing management (14th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall..

Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Joo-Han, R., & Kim, J. (2012). FactorInfluencing 78 internet shopping value and customer repurchase intention. Electronic Commerce Research and Application, 11, 374-387.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). The behavioral consequences of service quality. Journal of Marketing, 49 (1), 41-50.

Rokeach, M. (1973). The nature of human values. Bucharest : Free Press.

Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977) On the use content specialists in the assessmentof criterion-reference test item validity. Dutch *Journal of Educational Research, 2*, 49-60

Schmenner, R. W. (1995). Escaping the black holes of cost accounting. Business Horizons.

Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.