

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กฤติ ตั้งพรโชติช่วง*

ผศ.ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า**

รศ.ศิริชัย พงษ์วิชัย***

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเปรียบเทียบการใช้รูปแบบการบริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน

ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26-35 ปี อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท และส่วนมากมีสถานภาพ โสด

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการพบว่า ขั้นตอนแรกจนถึงปัญหา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากกับปัญหา/เรื่องไม่สบายใจในเรื่องการเงิน/เศรษฐกิจ ซึ่งจัดว่าเป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล มีการให้ความสำคัญในระดับมากกับการแสวงหาข้อมูลในเรื่อง ความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาโหราศาสตร์ ซึ่งจัดว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการแสวงหาข้อมูลจาก เพื่อน/มิตรสหาย/แฟน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการดูดวง ขั้นตอนการ

ประเมินทางเลือก มีการให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยที่ใช้ในการประเมินนักพยากรณ์ในเรื่อง ความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาโหราศาสตร์ ซึ่งจัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจใช้บริการดังนี้ เพศหญิง มีการใช้บริการรูปแบบ โฟนปีซีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีสถานภาพโสด ส่วนเพศชาย มีการใช้บริการรูปแบบโหราศาสตร์ไทยเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป และมีสถานภาพสมรส

ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่มีการตัดสินใจใช้บริการในทันที มีอยู่ในสัดส่วนที่น้อย ขั้นตอนประเมินผลหลังใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนแนวโน้มในการกลับไปใช้บริการกับนักพยากรณ์คนเดิม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ อาจจะกลับไปใช้บริการ ในกรณีที่ไม่กลับไปใช้บริการกับนักพยากรณ์คนเดิม ส่วนใหญ่จะยังคงใช้บริการอยู่ แต่เปลี่ยนผู้พยากรณ์ใหม่ ซึ่งผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะมีการแนะนำต่อบุคคลอื่นให้ไปใช้บริการกับนักพยากรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2. ผู้ใช้บริการที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

*** ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

มีการใช้รูปแบบการบริการแตกต่างกัน

1. บทนำ

ปัญหากับชีวิตคนเราเป็นสิ่งที่อยู่คู่กัน ไม่ว่าโลกเราจะมีความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีล้ำหน้าถึงเพียงใด ปัญหาของมนุษย์ก็ไม่มีที่ท่าว่าจะลดน้อยลงหลายสิ่งหลายอย่างสามารถอธิบายหรือแก้ไขได้ด้วยความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี แต่ก็ยังมีบางสิ่งบางอย่างอีกเช่นกันที่คนเรามีความเชื่อว่า นอกเหนือจากนั้น อาจมีสิ่งลึกลับที่เป็นเบื้องหลัง คอยกำหนดความเป็นไปในชีวิตคนเราอยู่ สิ่งนั้นอาจเรียกว่า ดวง โชค เคราะห์ หรือ กรรม เป็นต้น

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัดสำรวจ “คนกรุงเทพฯกับการใช้บริการหมอดู” ในช่วงระหว่างวันที่ 1-16 ธันวาคม 2550 จากกลุ่มตัวอย่าง 1,824 คน โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างตามเพศ อายุและอาชีพ ซึ่งจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมในการใช้บริการหมอดูมีความแตกต่างกันซึ่งเมื่อนำมาคำนวณจากจำนวนคนที่ใช้บริการหมอดู ความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ คาดว่าในปี 2550 ธุรกิจหมอดูและธุรกิจต่อเนื่องนั้นก่อให้เกิดเม็ดเงินสะพัดในธุรกิจถึง 2,500 ล้านบาท เมื่อเทียบกับในปี 2549 แล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 โดยแยกเป็นธุรกิจหมอดูโดยเฉพาะทำให้เกิดเม็ดเงินสะพัดในปี 2550 ประมาณ 1,800 ล้านบาท เมื่อเทียบกับเม็ดเงินสะพัดในปี 2549 แล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2551)

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าธุรกิจบริการพยากรณ์โหราศาสตร์ มีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงขึ้น อีกทั้งยังได้รับความนิยมมาโดยตลอดสำหรับคนไทย จึงเป็นที่น่าสนใจว่า การที่ผู้ใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์จะเข้ารับบริการนั้น มีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการอย่างไร ตั้งแต่เริ่มต้นด้วยการตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และการประเมินผลหลังใช้บริการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเปรียบเทียบการใช้รูปแบบการบริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน

3. สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการ

2. ผู้ใช้บริการที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีการใช้รูปแบบการบริการแตกต่างกัน

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงด้านต่าง ๆ ของธุรกิจพยากรณ์โหราศาสตร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจพยากรณ์โหราศาสตร์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

3. นำผลการศึกษาไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

5. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโหราศาสตร์

โหราศาสตร์ คือวิชาที่ว่าด้วยการทำนายทายทักเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่ากาลข้างหน้านั้นจะใกล้หรือไกลก็ตาม โดยที่การพยากรณ์นั้นอาศัยหลักเกณฑ์และวิธีการทางด้านสถิติ และข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการจดบันทึกเอาไว้ (เล็ก พลูโต, 2546) จัดเป็นศิลปศาสตร์แขนงหนึ่งในจำนวนทั้งสิ้น 18 สาขาที่มีความสำคัญมากซึ่งนักบวช นักปกครอง นักการทหาร และผู้ที่จะมีสิบลำดับสูงขึ้นไปเป็นกษัตริย์ในสมัยโบราณต้องศึกษาเล่าเรียนอย่างแตกฉาน เพราะสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ตั้งแต่เกิดจนตายเลยทีเดียว

เลเวลลิน จอร์จ (Llewellyn George) กล่าวถึงโหราศาสตร์ (Astrology) ว่ามาจากภาษากรีก 2 คำ คือ

Astra ซึ่งแปลว่าดวงดาว และ Logos ซึ่งแปลว่า ตรรกะหรือเหตุผล (Logic or Reason) และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า โหราศาสตร์ ได้ดังนี้ “โหราศาสตร์เป็นวิทยาศาสตร์ซึ่งศึกษาและพิจารณาการกระทำของดวงดาวบนท้องฟ้าที่มีต่อสรรพสิ่งทั้งหลายทั้งที่เป็นสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต รวมทั้งปฏิกิริยาของสรรพสิ่งทั้งหลายดังกล่าวที่มีต่อดวงดาวบนท้องฟ้าด้วย” เลเวลลิน จอร์จ (อ้างถึงใน บุญเลิศ ไพสินทร์, 2547 : 22)

ความหมายของโหราศาสตร์ตามความหมายของภาษาสันสกฤต คือ ภาษาสันสกฤตจะใช้คำว่า ชโยทิสชา (Jyotisha) หรือ ที่แปลว่าวิทยาศาสตร์แห่งแสงสว่าง (Science of Light) และคำว่า โหราศาสตร์ ก็มาจากภาษาสันสกฤตโดยตรง คือ Horashatra ซึ่งมาจากคำ 2 คำ คือ Hora แปลว่า เวลาเป็นชั่วโมง (Hour) และ Shatra คือ ตรรกะ หรือเหตุผลหรือศาสตร์ซึ่งรวมกันแล้ว แปลว่า “ศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับเวลา (Science of Time) นั่นเอง” ปี. วี. รามัน (อ้างถึงใน บุญเลิศ ไพสินทร์, 2547 : 22)

โหรา แปลมาจากคำสันสกฤต อโหรাত্র และคำมคธ อโหรตต ซึ่งหมายถึงวันและคืน โหราศาสตร์คือ ศาสตร์แห่งกาลเวลา คือทำนายกาลล่วงหน้าโดยอาศัยดวงดาว เป็นปัจจัยหลักในการพยากรณ์ (ชูศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์, 2551 : 10)

สรุปได้ว่า โหราศาสตร์ คือ ศาสตร์วิชาที่ว่าด้วยการพยากรณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตโดยอาศัยหลักเกณฑ์ในเรื่องการโคจรของดวงดาว วิธีการทางด้านสถิติ และข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการจดบันทึกเอาไว้ เพื่อนำใช้ในการพยากรณ์ “ชาติชีวิตนั้นเป็นสิ่งไม่แน่นอนอนาคตเราต้องสร้างของเราเอง คนทำดีชาติก็ดี คนทำชั่วชาติก็ชั่ว เมื่อต้องการอนาคตที่ดีก็ต้องทำดี ถ้าทำแต่ความไม่ดีแม้ชาติดีก็กลายเป็นร้ายไปได้” เหลียวผาน (อ้างถึงใน เจือจันทร์ อชพรรณ, 2535 : 20) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (ปณิศา

ลัญชานนท์, 2548 : 83)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ปณิศา ลัญชานนท์ (2548 : 86)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision process) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งทางด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 : 23)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน คือ 1) การตระหนักถึงปัญหา 2) การเสาะแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การประเมินทางเลือก และ 5) การประเมินผลหลังการซื้อ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

เนื่องจากการพยากรณ์โหราศาสตร์ในยุคปัจจุบันเป็นที่นิยมในการนำไปประกอบเป็นอาชีพซึ่งอยู่ในลักษณะของธุรกิจ ซึ่งจะมีการตั้งอัตราค่าพยากรณ์ในแต่ละครั้ง นักพยากรณ์จะทำหน้าที่ในการพยากรณ์ด้วยหลักโหราศาสตร์และให้คำปรึกษาแนะนำ แก่ผู้มารับการพยากรณ์หรือผู้ใช้บริการจึงสามารถจัดได้ว่าเป็นรูปแบบของธุรกิจบริการประเภทหนึ่งโดยแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจบริการมีดังต่อไปนี้

การบริการ (Service)

ฉัตยาพร เสมอใจ (2546) กล่าวว่า การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจ ที่จัดทำเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า

ธุรกิจบริการ (Service business)

หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรม ที่ตอบสนองต่อ

ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และผลประโยชน์ของธุรกิจ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2546 : 10)

ลักษณะของธุรกิจบริการ

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability)
3. บริการมีความไม่แน่นอน (Variability)
4. บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous)
5. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)

สรุป

การบริการเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตคนเรามากขึ้นทุกที ยิ่งคนมีการศึกษาสูงขึ้น รายได้สูงขึ้น ก็ยิ่งต้องการการบริการมากขึ้นด้วย โดยคาดหวังว่าการบริการจะเข้ามาเสริมให้ชีวิตของเขามีความสะดวกสบายและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น การบริการนั้นได้เข้ามามีบทบาทกับมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ดังนั้นธุรกิจบริการจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและยังมีโอกาสที่เติบโตได้อีกมาก

6. ระเบียบวิธีวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากแนวคิดทฤษฎีที่ได้ศึกษาสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยมีตัวแปรตามกรอบแนวคิดดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ประกอบด้วย

- 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส

- 1.2 รูปแบบการใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจ 4 ประเภท ได้แก่ โหราศาสตร์ไทย(ผูกดวง) เลข 7 ตัว ลายมือ และไฟยิปซี(ไฟทาโรต์)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ การตัดสินใจใช้บริการ

ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจในรูปแบบการพยาบาลโรคหัวใจ 4 ประเภท ได้แก่ โหราศาสตร์ไทย(ผูกดวง) เลข 7 ตัว ลายมือ และไฟยิปซี(ไฟทาโรต์)ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนแต่จะไม่เกินจำนวนประชาชนที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนทั้งสิ้น 5,716,248 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2551)

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจในรูปแบบการพยาบาลโรคหัวใจ 4 ประเภท ได้แก่ โหราศาสตร์ไทย(ผูกดวง) เลข 7 ตัว ลายมือ และไฟยิปซี(ไฟทาโรต์) ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีการใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจด้วยวิธีการเข้าพบกับนักพยาบาลโดยตรงเท่านั้น (ไม่รวมถึงการใช้บริการในช่องทางประเภทอื่น ๆ เช่น การใช้บริการผ่านทางระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 1900 และระบบ Internet) เป็นต้น โดยสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีพฤติกรรมการใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจ ในเขตกรุงเทพมหานครมาใช้เป็นตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นการใช่วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ “การใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร” ในการเก็บรวบรวมข้อมูลค้างนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการต่อปี ผู้ใช้บริการเคยได้รับคำแนะนำจากนักพยาบาลหรือไม่ คำแนะนำที่ได้รับให้ปฏิบัติอย่างไร และผู้ใช้บริการปฏิบัติตามคำแนะนำที่ได้รับหรือไม่ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจของผู้ใช้บริการพยาบาลโรคหัวใจในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 12 ข้อ แบบสอบถามในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้สร้างคำถาม โดยใช้เกณฑ์น้ำหนักคะแนนและมาตราส่วนประมาณค่า (Rating

Scale) ลักษณะข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทำได้โดย การนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด จะนำไปประมวลผล และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน(Inference Statistics) คือ ไค-สแควร์ (Chi-square)

7. สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษา

ผลจากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการพยาบาลโหราศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26-35 ปี อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท และส่วนมากมีสถานภาพ โสด กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการพบว่า ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากกับปัญหา/เรื่องไม่สบายใจในเรื่องการเงิน/เศรษฐกิจ ซึ่งจัดว่าเป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล มีการให้ความสำคัญในระดับมากกับการแสวงหาข้อมูลในเรื่อง ความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาโหราศาสตร์ ซึ่งจัดว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการแสวงหาข้อมูลจาก เพื่อน/มิตรสหาย/แฟน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการดูดวง ขั้นตอนการประเมินทางเลือก มีการให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยที่ใช้ในการประเมินนักพยากรณ์ในเรื่อง ความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาโหราศาสตร์ ซึ่งจัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจใช้บริการดังนี้ เพศหญิง มีการใช้บริการรูปแบบฟลิปซีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีสถานภาพโสด ส่วนเพศชายมีการใช้บริการรูปแบบโหราศาสตร์ไทยเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป และมีสถานภาพสมรส

ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่มีการตัดสินใจใช้บริการในทันที มีอยู่ในสัดส่วนที่น้อย ขั้นตอนการประเมินผลหลังใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนแนวโน้มในการกลับไปใช้บริการกับนักพยากรณ์คนเดิม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ อาจจะกลับไปใช้บริการ ในกรณีที่ไม่น่ากลับไปใช้บริการกับนักพยากรณ์คนเดิม ส่วนใหญ่จะยังคงใช้บริการอยู่ แต่เปลี่ยนผู้พยากรณ์ใหม่ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ จะมีการแนะนำต่อบุคคลอื่นให้ไปใช้บริการกับนักพยากรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการพยาบาลโหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2. ผู้ใช้บริการที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ มีการใช้รูปแบบการบริการแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการพยาบาลโหราศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีการตัดสินใจใช้บริการในทันที มีอยู่ในสัดส่วนที่น้อย ซึ่งมีเพียง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 โดยที่การตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ซึ่งในกลุ่มที่มีการตัดสินใจใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอาจเนื่องมาจากสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นผู้ที่ มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะความเชื่อมั่น ต้องการสร้างฐานะ มีกำลังในการตัดสินใจด้วยตัวเองค่อนข้างสูง แต่ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการที่ยังไม่มีการตัดสินใจนั้นมีสัดส่วนที่มากกว่า โดยส่วนใหญ่จะมีการปรึกษาผู้อื่นก่อนแล้วค่อยตัดสินใจ อาจเนื่องมาจาก การที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้ที่ต้องการที่ปรึกษาหรือมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยลดา มณเฑียรณ (บทคัดย่อ, 2538) ได้ศึกษาเรื่อง “หมอดู : ทางเลือกสำหรับความมั่นคงทางจิตใจ” พบว่า สาเหตุ

ที่ทำให้ผู้มารับบริการมาหาหมอเพราะมีความคาดหวังว่าหมอดูจะเป็นที่พึ่งทางใจ เป็นที่ปรึกษาและแนะแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้ เป็นการสร้างความมั่นใจ กำลังใจ ให้กับผู้ที่มารับบริการที่ต้องการผู้ร่วมตัดสินใจในการกระทำต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. ผู้ใช้บริการที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีการใช้รูปแบบการบริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการเพศหญิง มีการใช้บริการรูปแบบไฟยิปซีเป็นส่วนมาก ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีสถานภาพโสด ส่วนผู้ให้บริการเพศชายมีการใช้บริการรูปแบบโหราศาสตร์ไทยเป็นส่วนมาก ซึ่งเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป และมีสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินทรสฤษฎ์ วิจิตร(2548 : 101- 102) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการ” พบว่า ผู้เข้ารับบริการจากหมอดูประเภทไฟยิปซีส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่เฉลี่ยระหว่าง 26 - 30 ปี รองลงมาคือ 20 - 25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือปริญญาโท ประกอบอาชีพพนักงานศึกษา รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลของการวิจัยในครั้งนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัญหาในเรื่อง การเงิน/เศรษฐกิจในระดับมาก ซึ่งจัดว่าเป็นปัญหาสำคัญในการไปดูแลสุขภาพ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรเตรียมความพร้อมให้เท่าทันสถานการณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะปัญหาของผู้ที่จะมารับบริการ คือ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในสิ่งที่จำเป็นและใกล้เคียงกับเรื่องการเงิน การลงทุน เช่น การออมเงิน พันธบัตร ประกันชีวิต/สุขภาพ การบริหาร และการวางแผนการเงินส่วนบุคคล เป็นต้น

2. การแสวงหาข้อมูล เนื่องจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่ มีการแสวงหาข้อมูลจากเพื่อน/มิตรสหาย/แฟน/คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการดูดวง หรืออาศัยการบอกต่อ (word of mouth) มากกว่าแหล่งข้อมูลประเภทอื่น ๆ ดังนั้นผู้ให้บริการ ควรรักษาความสัมพันธ์อันดีกับฐานลูกค้าเดิมเป็นหลัก ซึ่งจะเป็นวิธีที่ง่ายและลัดสั้นที่สุด แต่ให้ผล

ที่คุ้มค่า ส่วนการลงทุนให้กับสื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ นั้น จึงควรเป็นเรื่องที่รองลงมา

3. การประเมินทางเลือก เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่อง ความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาโหราศาสตร์ในระดับมาก ซึ่งจัดว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินนักพยากรณ์ ดังนั้นผู้ให้บริการ จึงควรจะหมั่นพัฒนา ความรู้ ความเชี่ยวชาญในวิชาโหราศาสตร์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจจะเป็นการแสวงหาวิชาความรู้จากครูอาจารย์ผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้ความเชี่ยวชาญในรุ่นก่อน ๆ การเข้าอบรม/workshop เกี่ยวกับวิชาโหราศาสตร์ รวมทั้งการศึกษาทำความเข้าใจกับหลักวิชาให้แน่นและการเก็บรวบรวมสถิติที่พยากรณ์ เป็นต้น

4. การตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีการตัดสินใจใช้บริการในทันทีที่มีอยู่ในสัดส่วนที่น้อย ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรสร้างความน่าไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือต่อผู้ที่มีความสนใจในการบริการแต่ยังไม่มี การตัดสินใจ คือ ต้องมีความชัดเจน ในเรื่องของขอบเขตในการบริการ ราคาค่าบริการ เช่น ขอบเขตในการบริการ คือการพยากรณ์อย่างเดียว และเมื่อตั้งราคาค่าบริการไว้เท่าใด ก็ต้องเป็นไปตามนั้น ไม่มีการเรียกเก็บเงินค่า สะเดาะเคราะห์ย้อนหลัง

5. การประเมินผลหลังใช้บริการ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจหลังใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรจะพัฒนาการให้บริการ โดยอาศัยหัวใจสำคัญของการประกอบธุรกิจ/การบริการ คือ การมีจิตใจของการเป็นผู้ให้ จะต้องมาก่อนเหนือสิ่งอื่นใด ซึ่งวิธีการปฏิบัติ นั้น อยู่บนพื้นฐานแห่ง การเอาใจเขา มาใส่ใจเรา เช่น การให้ความสนใจรับฟังปัญหาของผู้มารับบริการ การรับฟังด้วยความเข้าใจ เห็นใจ และไม่วิพากษ์วิจารณ์ผู้มารับบริการ เป็นต้น เนื่องจากการประกอบอาชีพการบริการพยากรณ์นั้นเป็นคล้ายกับนักจิตบำบัด หรือจิตแพทย์ ผู้ที่มารับบริการนั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ที่ประสบปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต เป้าหมายหลักของการบริการพยากรณ์โหราศาสตร์นั้นคือ ทำอย่างไร การพยากรณ์จะก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ผู้มารับบริการอย่างแท้จริง ช่วยให้ผู้มารับบริการพ้นจากความทุกข์ใจในขณะนั้นหรือบรรเทาเบาบางลงได้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และทำให้เกิดกำลังใจในการแก้ปัญหาชีวิตให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ขึ้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการสร้างความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการนำหลักทฤษฎีของโหราศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ในทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถแสดงผลได้อย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น อิทธิพลของดวงจันทร์ที่ส่งผลต่อมนุษย์ในด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ จิตใจ อารมณ์ และพฤติกรรม เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้เกิดการค้นพบสิ่งที่เป็นประโยชน์ของวิชาโหราศาสตร์ในแง่มุมใหม่ๆ

2. การเก็บข้อมูลงานวิจัย ในเรื่องการบริการพยากรณ์โหราศาสตร์/การดูดวง เป็นสิ่งที่ทำได้อย่างมีข้อจำกัดในหลายประการ เช่น เวลา สถานที่ ความสะดวกและความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ใช้บริการพยากรณ์โหราศาสตร์ต้องการความเป็นส่วนตัวจริงๆ ในระหว่างที่กำลังใช้บริการกับนักพยากรณ์ การเก็บข้อมูลจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยที่เอื้ออำนวยในหลายๆ ด้าน ทั้งในด้านความพร้อมบุคคล ความสะดวกของสถานที่และจังหวะเวลาที่เหมาะสม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- เจื้อยจันทร์ อัมพรณ. (2535). โฉวาทสี่ของท่านเหลียวผ่าน. กรุงเทพฯ: ธรรมสภา.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2546). การตลาดธุรกิจบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชูศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์. (2551). กุญแจไขปริศนาโหราศาสตร์. ชูศักดิ์ จงธนะพิพัฒน์ ผู้จัดพิมพ์.
- บุญเลิศ ไพรินทร์. (2545). วิพากษ์...โหราศาสตร์เป็นวิทยาศาสตร์หรือความมกมาย. กรุงเทพฯ: สยามบิสิเนสแอนด์พริ้นตัง.
- ปณิศา ลัญชันนท. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.
- สานิตย์ศิริวิศิษฐ์กุล. (2547). โหราศาสตร์: ศาสตร์หรือความมกมาย?. กรุงเทพฯ: มติชน.

วิทยานิพนธ์

- ยลดา มณเฑียรณ. (2538). หมอดู : ทางเลือกสำหรับความมั่นคงทางจิตใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิรินทรสถัญญ์ วนิจสร. (2548). การสื่อสารระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2551). ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่างๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2551, จาก http://www.dopa.go.th/stat/y_stat50.html
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2551). คนกรุงเทพกับการใช้บริการหมอดู. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Page/ViewSummary.aspx?docid=12119>
- เล็ก พลูโต. (2547). บทเรียนโหราศาสตร์ไทยระบบพลูหลวง. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2551, จาก <http://www.lekpluto.org/contract.htm>

ภาษาต่างประเทศ

BOOK

- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: Introductory Analysis*. N.Y. Harper and Row.