

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้หญิงในการใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพฤติกรรมของผู้หญิงในการใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการ ณ สถานบริการนวดแผนไทยในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำนวนทั้งสิ้น 384 ตัวอย่าง โดยข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.55 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.98 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49.48 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.89 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.06

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภค

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดทั้งตัว คิดเป็นร้อยละ 78.12 ใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 69.30 ตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52.08 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้ารับบริการนวดแผนไทย 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.57 ใช้บริการนวดแผนไทย ในช่วงเวลา 15.01 - 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 35.68 มีความถี่ใช้บริการนวดแผนไทยไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 71.09 ใช้บริการนวดแผนไทย คือ วันเสาร์ – วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 58.59 ใช้เวลาในการรับบริการนวดแผนไทยแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 95.05 ไปนวดแผนไทยที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 88.54 ใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 61.72 ตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านนวดแผนไทย เพราะคนนวดฝีมือดี, หอมนวดเก่ง คิดเป็นร้อยละ 32.03 รับรู้ข้อมูลร้านนวดแผนไทยจากเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.60 พึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทยครั้งล่าสุด ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ

62.50 กลับมาใช้บริการนวดแผนไทยแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 88.28 แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 86.46

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมา ได้แก่ มีความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และมีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมา ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และห้องนวดเป็นสัดส่วน มีคิขิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด โปรโมชันพิเศษ เช่น นวด 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา ได้แก่ การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และพนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.27 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอน และลำดับการนวดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาได้แก่ การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาได้แก่ ห้องนวดมีอากาศถ่ายเทสะดวกกลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ และรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย จำแนกตามอายุ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 มีความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-59 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และการคิดค่าบริการ/ชำระเงินถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-59 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีห้องนวดพิเศษสำหรับการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ และมีเว็บไซต์คอยให้ข้อมูลการนวดต่างๆ พร้อมให้บริการจองคิวผ่านระบบ Internet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-59 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 พนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 พนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และพนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-59 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และพนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ และพนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 พนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.24 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 การบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และขั้นตอน และลำดับการนวดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอน และลำดับการนวดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 การให้บริการครบตาม

จำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.32 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และเวลาเปิด-ปิดแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-59 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และระยะเวลาในการให้บริการแต่ละครั้งเหมาะสม และขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และเวลาเปิด-ปิดแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีน้ำดื่ม ชาร้อน หรือน้ำจิงให้บริการก่อน และหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ห้องนวดมีอากาศถ่ายเทสะดวกกลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีน้ำดื่ม ชาร้อน หรือน้ำจิงให้บริการก่อน และหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ห้องนวดมีอากาศถ่ายเทสะดวกกลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50-59 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เช่น ที่นอน เสื้อผ้า ผ้าห่ม ไม้เหม็น ไม่มีกลิ่นอับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และห้องนวดมีอากาศถ่ายเทสะดวกกลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และมีน้ำดื่ม ชาร้อน หรือน้ำจิงให้บริการก่อน และหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 มีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน และมีความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และผลิตภัณฑ์และบริการได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการโดยกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 มีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 มีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และ

ผลิตภัณฑ์และบริการ ได้รับการรับรองมาตรฐานการบริการโดยกระทรวงสาธารณสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และมีความหลากหลายของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.24 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 การแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้เด่นชัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ก่อนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และการคิดค่าบริการ / ชำระเงินถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 สถานที่จอร์จระดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 สถานที่จอร์จระดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จอร์จระดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และสถานที่จอร์จระดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และมีการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกต้องจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิ

พิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การรับสมัครสมาชิก เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และการแนะนำวิธีการนวดอย่างถูกหลักจากผู้ชำนาญการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 พนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และพนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 และพนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.37 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 และพนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ การบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และระยะเวลาในการให้บริการแต่ละครั้งเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.28 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 การบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และเวลาเปิด-ปิดแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 การให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่ตกลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 และการบริหารงานอย่างเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ ห้องนวดมีอากาศถ่ายเทสะดวก กลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีน้ำดื่ม ชาร้อน หรือน้ำจิงให้บริการก่อน และหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีน้ำดื่ม ชาร้อน หรือน้ำจิงให้บริการก่อน และหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3
ลำดับแรก ได้แก่ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ห้องนวด
มีอากาศถ่ายเทสะดวกกลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และความปลอดภัย และ
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.33 ค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตาม 3
ลำดับแรก ได้แก่ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ห้องนวด
มีอากาศถ่ายเทสะดวกกลิ่นหอมและบรรยากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และความปลอดภัย และ
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้หญิงในอำเภอเมืองจังหวัด
เชียงใหม่สามารถนำมาอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
(Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของ
ผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำถาม
ที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ มาอภิปรายผลการศึกษาและทำการ
เปรียบเทียบกับการศึกษาของวารสารณ์ หมอนสะอาด (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรม การเลือก
ใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน การศึกษาของ โสมนัสสา โสมนัส
(2549) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอ
เมือง จังหวัดเชียงใหม่ และการศึกษาของประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม
การใช้บริการสถานบริการนวดแผนโบราณ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแสดงดังตารางเปรียบเทียบ
ดังต่อไปนี้

6W's 1H	การศึกษาครั้งนี้	วราภรณ์ หมอนสะอาด (2549)	โสมนัสตา โสมนัส (2549)	ประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551)
ใครอยู่ในตลาด เป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - เพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี - มีสถานภาพสมรส - ระดับการศึกษาปริญญาตรี - รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท - อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน 	<ul style="list-style-type: none"> - เพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี - มีสถานภาพสมรส - ระดับการศึกษาปริญญาตรี - รายได้ เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท - อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน 	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวชาวไทย - เพศหญิง - มีอายุระหว่าง 31 – 50 ปี 	<ul style="list-style-type: none"> - เพศหญิง - มีสถานภาพโสด - อายุระหว่าง 26-33 ปี - มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท - รายได้/เดือน 7,000-15,000 บาท - การศึกษาระดับปริญญาตรี
ผู้บริโภคใช้บริการอะไร	<ul style="list-style-type: none"> - นวดทั้งตัว นวดฝ่าเท้า และอบไอน้ำสมุนไพร เป็น 3 บริการหลัก - ราคาที่ค่าบริการอยู่ในช่วง 151-200 - เวลาที่ใช้ 1-2 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - นวดทั้งตัว - ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับบริการ คือ 101-200 บาท - เวลาที่ใช้ 1-2 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - นวดทั้งตัว - ใช้เวลาในการนวดนาน 1 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนใหญ่ชอบการนวดแบบจับเส้น - ใช้เวลาในการนวดนาน 1 ชั่วโมง
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	<ul style="list-style-type: none"> - สาเหตุที่มาใช้บริการนวดแผนไทย เพื่อผ่อนคลายความเครียด 	<ul style="list-style-type: none"> - สาเหตุที่ใช้บริการนวดแผนไทย คือ เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> สาเหตุที่มานวด คือ เพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> สาเหตุที่มานวด คือ เพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด

6W's 1H	การศึกษาครั้งนี้	วารกรณ์ หมอนสะอาด (2549)	โสมนัสตา โสมนัส (2549)	ประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551)
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	- ตัดสินใจด้วยตัวเอง	- ตัดสินใจด้วยตัวเอง	- ตัดสินใจด้วยตนเอง	- ตัดสินใจด้วยตนเอง
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	- ช่วงเวลาที่มาใช้บริการนวด คือ 15.01 - 18.00 น. - ความถี่ในการใช้บริการนวดแผนไทย คือ ไม่แน่นอน - วันเสาร์ – วันอาทิตย์ เป็นวันที่ไปนวดส่วนใหญ่	- ช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ 18.01- 21.00 น. - ความถี่ในการใช้บริการ คือ ใช้บริการไม่แน่นอน - วันที่มาใช้บริการ คือ วันเสาร์-อาทิตย์	- ส่วนมากจะมาใช้บริการ ช่วงเวลา 14.00 – 16.00 น. - วันที่มาใช้บริการ คือ วันเสาร์-อาทิตย์	- ความถี่ในการใช้บริการ เป็นจำนวน 1 ครั้ง/เดือน
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	- สถานที่ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย ไปนวดที่ร้าน	- สถานที่ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย ไปนวดที่ร้าน	- สถานที่ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย ไปนวดที่ร้าน	- สถานที่ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย ไปนวดที่ร้าน
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	- ลักษณะการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน - แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านนวด ได้แก่ เพื่อน - ส่วนใหญ่ฟังพอใจ และจะแนะนำลูกค้ามาใช้บริการอีกอย่างแน่นอน	- ส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านประจำเพียงร้านเดียว - แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านนวด ได้แก่ เพื่อน - ส่วนใหญ่รู้สึกพอใจและจะกลับมาใช้บริการอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทย	- แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านนวด ได้แก่ เพื่อน - ส่วนใหญ่รู้สึกพอใจและจะกลับมาใช้บริการอีก	- แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักร้านนวด ได้แก่ ป้ายสถานบริการ และเพื่อนแนะนำ

ในรายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
 นวดแผนไทยของผู้หญิงในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีความปลอดภัย
 และความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มากเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารื่อง
 พฤติกรรมการใช้บริการสถานบริการนวดแผนโบราณในเขตกรุงเทพมหานคร ของประทุมทิพย์ ใจ
 ใหญ่ (2551) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผล
 อยู่ในอันดับแรกเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษารื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวด
 แผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ของวราภรณ์ หมอนสะอาด (2549) พบว่า ปัจจัย
 ด้านการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน ปลอดภัยสำหรับลูกค้าแต่ละคน เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องป้ายแสดงราคามองเห็น
 ได้เด่นชัด มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ของประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551)
 และของวราภรณ์ หมอนสะอาด (2549) พบว่า ปัจจัยด้านอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพเป็น
 ปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีห้องนวดพิเศษ
 สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวราภรณ์
 หมอนสะอาด (2549) พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับ
 แรกและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวด
 แผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของโสมนัสสา โสมนัส (2549) และของประทุมทิพย์
 ใจใหญ่ (2551) พบว่าปัจจัยด้านสถานที่สะดวกกว้างขวางเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีการ
 ส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด โปรโมชั่นพิเศษ เช่น นวด 10 ครั้งฟรี 1 ครั้งเป็นต้นมากเป็น
 อันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ของโสมนัสสา โสมนัส (2549) และของประทุมทิพย์ ใจ
 ใหญ่ (2551) พบว่าปัจจัยด้านการให้ส่วนลดเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับ
 ผลการศึกษาของวราภรณ์ หมอนสะอาด (2549) พบว่าปัจจัยด้านการบอกจากผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว
 เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานสนใจและ
 ให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า มากเป็นอันดับแรกซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา
 ของวราภรณ์ หมอนสะอาด (2549) และของประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551) พบว่าปัจจัยด้านพนักงาน
 สนใจและมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐาน มากเป็นอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551) พบว่าปัจจัยด้านขั้นตอน และลำดับการนัดเป็นมาตรฐานเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของโสมนัสสา โสมนัส (2549) พบว่าปัจจัยด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มากเป็นอันดับแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของวารภรณ์ หมอนสะอาด (2549) ของโสมนัสสา โสมนัส (2549) และของประทุมทิพย์ ใจใหญ่ (2551) ที่พบว่าปัจจัยด้านการสร้างบรรยากาศ และความสะอาดในสถานที่ให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลอยู่ในอันดับแรก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้หญิงในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการนวดทั้งตัว รองลงมาคือ นวดฝ่าเท้า และอบไอน้ำสมุนไพร
2. เหตุผลที่มาใช้บริการนวด ส่วนใหญ่คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียด รองลงมาคือแก้เมื่อย
3. ผู้ตอบแบบสอบถามเสียค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 151-200 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์และในช่วงเวลา 15.01-18.00 น มากที่สุด
5. เวลาที่ใช้ในการรับบริการนวดแผนไทยแต่ละครั้ง คือ 1-2 ชั่วโมง
6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไปนวดที่ร้าน และมีพฤติกรรมใช้บริการนวดมากกว่า 1 ร้าน
7. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องคนนวดฝีมือดี หมอนวดเก่ง และที่นอน รวมถึงสถานที่สะอาด ปลอดภัย มาเป็น 2 อันดับแรก
8. แหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านนวด คือ เพื่อน
9. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ มีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการ

10. ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ ป้ายแสดงราคามองเห็นได้ชัดเจน

11. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ มีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว

12. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด โปรโมชันพิเศษ เช่น นวด 10 ครั้งฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

13. ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ พนักงานสนใจและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ปัจจัย

14. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ ขั้นตอนและลำดับการนวดเป็นมาตรฐาน และการให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 2 ปัจจัย

15. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสูงสุด คือ มีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศสำหรับการพักผ่อน

16. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้สูงอายุ โดยมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการนวดที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน รวมถึงมีการบริการที่หลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากช่วงอายุอื่นๆ

17. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป และที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีพบว่า ปัจจัยด้านการมีห้องนวดพิเศษ สำหรับความต้องการเป็นส่วนตัว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าช่วงอายุอื่นๆ

18. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยด้านมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าช่วงอายุอื่นๆ

19. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการมีห้องนวดถ่ายเท สะดวก กลิ่นหอมและบรรยากาศดี รวมถึง การมีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าระดับรายได้อื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของผู้หญิงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการนวดแผนไทยโดยสามารถนำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี และเหมาะสมมาเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งมีผลต่อการเลือกใช้บริการให้มากขึ้นดังนี้

จากข้อมูลทางด้านพฤติกรรมสามารถนำมาออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าได้ดังต่อไปนี้

- ทางร้านนวดแผนไทยควรมีบริการนวดฝ่าเท้า และ บริการอบไอน้ำสมุนไพร เป็นหนึ่งในบริการของร้าน เนื่องจากศึกษาพบว่าบริการดังกล่าวเป็น 2 บริการหลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ
- ทางร้านฯ ควรกำหนดราคาค่าบริการอยู่ในช่วง 151-200 บาท เนื่องจากศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 151-200 บาท
- ทางร้านฯ ควรให้ความสำคัญในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ค่อนข้างมากเนื่อง จากเป็นวันที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมากและให้ความสำคัญกับช่วงเวลา 15.00-18.00 น. โดยทางร้านฯ ควรมีมาตรการ/จูงใจ ให้พนักงานทำงานในวันเวลาดังกล่าว เช่น การให้ค่าจ้างพิเศษ / สวัสดิการ รวมถึงทำการวางแผนการทำงานในช่วงวันเวลาดังกล่าวให้มากกว่าช่วงเวลาอื่น
- ทางร้านฯ ควรมีพื้นที่นวดเสริมเพื่อรองรับการมาใช้บริการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นพร้อมทั้งนี้อาจทำการส่งเสริมการขายพิเศษ สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลา 12.00-15.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการใช้บริการน้อยโดยให้ส่วนลดในช่วงเวลาดังกล่าว 20% รวมถึงผู้ที่ใช้บริการนวดในช่วง 3 ชั่วโมงที่ 3 ลดราคา 30% สำหรับชั่วโมงที่ 3 เป็นต้นไป เนื่องจากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าใช้บริการต่อ 1 ครั้งอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมง
- ทางร้านฯ ต้องการสร้างความภักดีต่อร้านฯ ควรต้องสร้างความประทับใจในการให้บริการให้เกิดขึ้น เช่น การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีฝีมือการนวดที่ดี หรืออาจนำเอาคูปองสะสมแต้ม เข้ามาใช้ ซึ่งเป็นกลยุทธ์การเจาะตลาด (Market Penetration) เช่น นวดครบ 5 ครั้ง ลดราคาครั้งที่ 6 50% หรือ นวด ครบ 10 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น
- ทางร้านฯ อาจทำโปรโมชั่นพิเศษสำหรับเพื่อนแนะนำเพื่อน โดยหากได้แนะนำเพื่อนมาใช้บริการหรือมากับเพื่อน คนที่พาเพื่อนมาจะได้รับส่วนลดพิเศษทันที 50% และเพื่อนก็จะได้รับส่วนลด 10% ครั้งแรกและทำบัตรสะสมแต้มต่อไป

- ทางร้านฯ ควรทำการคัดเลือกหมอนวดที่มีฝีมือที่ดี รวมถึง ควรมีการสอนและฝึกฝนเทคนิคการนวดอยู่ตลอดเวลาจากอาจารย์โดยตรง หรือผู้มีความชำนาญกว่า ทั้งนี้ทางร้านฯ ควรมีมาตรการในการรักษาคนเก่งให้อยู่กับทางร้านนานๆ อาทิเช่น การจูงใจโดยการให้เงินพิเศษเป็นเงินสะสม รายเดือน หรือ การให้โบนัสประจำปี เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับความสามารถของคนนวด หรือ หมอนวดเก่ง
- ทางร้านฯ ควรมีตารางตรวจสอบการทำความสะอาดที่ควรทำ เช่น เปลี่ยนผ้ารองนอนทุกๆ ครั้งเมื่อมีการใช้บริการเสร็จทำความสะอาดสถานที่ เก็บกวาดเช็ดถู ไม่ให้มีฝุ่น รวมถึงการจัดวางสิ่งของต่างๆ ต้องเป็นระเบียบ พร้อมทั้งทำป้ายประกาศให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความสะอาดของที่นอนว่า ทางร้านทำการเปลี่ยนผ้าทุกครั้ง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสามารถจำแนกตามเสนอแนะในแต่ละปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด และมีผลในระดับมาก ดังนั้นทางร้านนวดแผนไทยควรที่จะให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในทั้งในด้านความสะอาดของอุปกรณ์ สถานที่ รวมถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ ต้องไม่เกิดอาการแพ้ โดยจะต้องมีการทดสอบก่อนนำมาใช้และให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงความปลอดภัยในด้านเทคนิคและกรรมวิธีในการนวด โดยทำนวดทุกท่าจะต้องผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดีเพื่อไม่ให้เกิดอันตรายขึ้น รวมถึงการเพิ่มมุมที่แสดงข้อมูลหรือรูปภาพ กรรมวิธีการนวดของทางร้าน นำเสนอการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบการให้บริการที่ปลอดภัย รวมถึงการให้ความสำคัญทางด้านความสะอาดของสถานที่ เครื่องนุ่งห่ม หมอน ที่นอน ตามที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้น เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น

การศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้สูงอายุ โดยมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการให้บริการนวดที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน รวมถึงมีการบริการที่หลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดดังนั้นหากมีลูกค้าผู้สูงอายุเข้ามาใช้บริการควรนำเสนอในด้านความหลายของบริการและความเป็นมาตรฐานการนวดของพนักงานทุกคนที่ผ่านการอบรมมาอย่างดี รวมถึงในด้านคุณภาพการนวดที่ดี ด้วยการบอกเล่าแบบปากต่อปากโดยอาจทำบอร์ดแนะนำจากคนที่เคยนวดไปก่อนหน้านี้แล้ว

ความต้องการได้ตรงและถูกต้อง รวมถึงทางร้านควรอบรมพนักงานให้รู้ถึงความประทับใจของลูกค้าในการมาใช้บริการด้วยการสร้างรอยยิ้ม ซึ่งเปรียบเสมือนความประทับใจแรกพบ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการมีมารยาทสุภาพเรียบร้อยที่พนักงานควรที่จะเป็น

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านขั้นตอน และลำดับการนวดเป็นมาตรฐานเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด และมีผลในระดับมากที่สุด ดังนั้นทางร้านนวดแผนไทยควรกำหนดเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน และเพื่อความเป็นมาตรฐานเดียวกันของพนักงานทุกคน ทางร้านนวดควรที่จะทำการฝึกอบรม ฝึกฝนขั้นตอนการให้บริการ ซึ่งจะเริ่มจากกระบวนการไหว้ลูกค้า การให้ลูกค้าเปลี่ยนเครื่องแต่งกายของทางร้าน การทำความสะอาดเท้าด้วยเครื่องหอมต่างๆ การให้บริการเครื่องดื่มร้อนหรือเย็น และการเริ่มนวดด้วยท่ามาตรฐานในตำแหน่งที่เหมาะสม และจบด้วยท่ามาตรฐานเช่นกัน และในการก่อนเริ่มทำการนวดทุกครั้งควรที่จะบอกลูกค้าในเรื่องเวลาการเริ่มนวด เพื่อเป็นการเข้าใจตรงกันว่าการนวดของทางร้านจะให้บริการครบตามจำนวนชั่วโมงที่กำหนดไว้ ตามลำดับที่ชัดเจน โดยก่อนทำการนวดควรให้ความรู้กับลูกค้าในกระบวนการให้บริการว่าลูกค้าจะได้รับบริการอะไรบ้าง ตามที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้น

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเป็นมาตรฐานของการนวด ทางร้านควรมีวิธีตรวจสอบว่าพนักงานทุกคนได้ปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานหรือไม่ โดยกำหนดวิธีการตรวจสอบดังต่อไปนี้

- ทำการสุ่มตรวจขณะทำการนวดให้ลูกค้า
- การใช้บุคคลที่ 3 เข้ามาตรวจการให้บริการของพนักงาน โดยทำหน้าที่เป็นลูกค้าเพื่อประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานว่าได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดหรือไม่เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น
- การทำแบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหลังการนวดเพื่อตรวจสอบขั้นตอนที่ได้รับบริการ หากผลประเมินไม่ถึงที่กำหนดไว้ทางร้านอาจมีบทลงโทษเป็นต้น

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยย่อยด้านมีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด และมีผลในระดับมากที่สุด ดังนั้นทางร้านนวดแผนไทยควรให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งนำเสนอทางกายภาพกับการรับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่

- การได้เห็น คือ สิ่งรอบตัวการตกแต่งร้านที่สวยงาม
- การได้ยิน คือ เสียงเพลง เพื่อสร้างบรรยากาศและการผ่อนคลาย ควรจัดหาเพลงบรรเลง เป็นเพลงที่ฟังแล้วสบายๆ เป็นจังหวะที่เรียบง่ายเพื่อการผ่อนคลาย

การได้กลิ่น คือ กลิ่นหอมของเครื่องหอมต่างๆ การจุดเทียนหอมหรือกลิ่นอโรมาไว้สร้างบรรยากาศอีกวิธีหนึ่ง

การได้สัมผัส คือ เครื่องคัมร้อนหรือเย็นไว้คอยให้บริการ

การได้สัมผัส คือ เอกลักษณะการนวดที่ดีและมีความโดดเด่นเฉพาะ

ทั้งนี้การศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการมีห้องนวดถ่ายเท สะดวก กลิ่นหอมและบรรยากาศดี รวมถึง การมีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าระดับรายได้อื่นๆ ดังนั้นทางร้านอาจใช้การสื่อสารผ่านป้ายโฆษณา หรือ การส่งข้อความผ่านกลุ่มลูกค้าที่คาดว่าจะมีระดับรายได้สูง ด้วยการชูจุดเด่นในเรื่อง สถานที่นวดที่ถ่ายเท สะดวก กลิ่นหอมและบรรยากาศดี รวมถึง การมีเพลงบรรเลงเบาๆ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย เป็นต้น

ข้อจำกัดของการศึกษา

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้สอบถามถึงข้อมูลลักษณะการมาใช้บริการ ได้แก่ มาใช้บริการกับใคร มาอย่างไร การศึกษาครั้งต่อไปในอนาคตควรทำการสอบถามในหัวข้อดังกล่าว เพื่อที่จะได้รู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น