

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสปาปลาของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการ
ออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย สามารถแบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 4 ส่วน
ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ

โดยผลการศึกษาที่ได้นำเสนอต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลาของร้าน Fish Actually สาขา
นิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ ระดับ
การศึกษา และที่พักปัจจุบัน

ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่าง
ผู้ใช้บริการสปาปลาเพศหญิงมีสัดส่วนมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 66 และเพศชาย
คิดเป็นร้อยละ 34

ด้านอายุ พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62
รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 27 และมีอายุมากกว่า 30 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11

ด้านสถานภาพการสมรส พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพ
สมรส ซึ่งสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 91 และสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 9

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 62 รองลงมาคือ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 16 ค้าขาย/ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
คิดเป็นร้อยละ 13 และข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 7,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33 และมีรายได้มากกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 26 มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 17 และมีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ ปวส. น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10

ด้านที่พักอาศัยปัจจุบัน พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พักอาศัยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือ นอกเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 14 และจังหวัดอื่นๆ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	68	34
หญิง	132	66
รวม	200	100
2.อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	54	27
ระหว่าง 20 – 30 ปี	124	62
มากกว่า 30 ปี	22	11
รวม	200	100
3.สถานภาพการสมรส		
โสด	182	91
สมรส	18	9
รวม	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการสปาปลา (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสปาปลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	9
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	32	16
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	13
นักเรียน / นักศึกษา	124	62
รวม	200	100
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 7,000 บาท	90	45
7,001 – 15,000 บาท	66	33
มากกว่า 15,000 บาท	44	22
รวม	200	100
6.ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา / ปวช.	52	26
อนุปริญญา / ปวส.	20	10
ปริญญาตรี	94	47
สูงกว่าปริญญาตรี	34	17
รวม	200	100
7.ที่พักอาศัยปัจจุบัน		
ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	160	80
นอกเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	28	14
จังหวัดอื่นๆ	12	6
รวม	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการ

4.2.1 พฤติกรรมการมาใช้บริการ

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า มีพฤติกรรมการมาใช้บริการดังนี้

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสปารูปแบบอื่นมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 52 และเคยใช้บริการสปารูปแบบอื่น คิดเป็นร้อยละ 48 ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสปาปลามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 51 และไม่เคยใช้บริการสปาปลามาก่อน คิดเป็นร้อยละ 49 รูปแบบการมาใช้บริการเป็นการใช้บริการสปาปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99 และใช้บริการสปาปลากับนวดเท้า คิดเป็นร้อยละ 1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ หลังจากที่ใช้บริการมาใช้บริการสปาปลาแล้วผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการสปาปลาอีก คิดเป็นร้อยละ 97 และไม่กลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 3 และหลังจากใช้บริการสปาปลาแล้วผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะไปใช้บริการสปารูปแบบอื่นอีก คิดเป็นร้อยละ 76 และไม่ไปใช้บริการสปารูปแบบอื่นอีก คิดเป็นร้อยละ 24 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1.เคยใช้บริการสปารูปแบบอื่นมาก่อน		
เคย	96	48
ไม่เคย	104	52
รวม	200	100
2.เคยใช้บริการสปาปลามาก่อน		
เคย	102	51
ไม่เคย	98	49
รวม	200	100
3.รูปแบบการมาใช้บริการ		
สปาปลา	198	99
สปาปลา + นวดเท้า	2	1
รวม	200	100

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการ (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
4.หลังจากใช้บริการสปาปลาแล้วต่อไปจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่		
มา	194	97
ไม่มา	6	3
รวม	200	100
5.หลังจากใช้บริการสปาปลาแล้วจะไปใช้บริการสปาในรูปแบบอื่นอีกหรือไม่		
ไป	152	76
ไม่ไป	48	24
รวม	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.2 ผู้ที่แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มเพื่อนแนะนำกลุ่มตัวอย่างให้เลือกใช้บริการสปาปลามีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 คือ ตัวเอง อันดับที่ 3 คือ แฟน และอันดับที่ 4 คือ ครอบครัว

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มเพื่อนแนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ทั้งเพศชายและเพศหญิง อันดับที่ 2 ของเพศชายคือ แฟน อันดับที่ 2 ของเพศหญิงคือ ตัวเอง ดังแสดงในตารางที่ 4.3

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ที่แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลามีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท เหมือนกันคือ กลุ่มเพื่อน อันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท คือ ตัวเอง อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท เหมือนกันคือ แฟน ส่วนอันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท คือ ตัวเองดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา
จำแนกตามเพศ

ผู้ที่แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ตัวเอง	10	14.7	50	37.9	60	30
ครอบครัว	4	5.9	4	3.1	8	4
กลุ่มเพื่อน	36	52.9	72	54.5	108	54
แฟน	18	26.5	6	4.5	24	12
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้แนะนำให้เลือกใช้บริการสปาปลา
จำแนกตามกลุ่มรายได้

ผู้ที่แนะนำให้ เลือกใช้บริการ สปาปลา	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ตัวเอง	20	22.2	6	9.1	34	77.3	60	30
ครอบครัว	4	4.5	2	3.0	2	9.1	8	4
กลุ่มเพื่อน	58	64.4	48	72.7	2	9.1	108	54
แฟน	8	8.9	10	15.2	6	13.6	24	12
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.3 การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลา

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 คือ แผ่นป้าย/แผ่นพับ โฆษณา อันดับที่ 2 คือ คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ อันดับที่ 3 คือ หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร อันดับที่ 4 คือ อินเทอร์เน็ต และอันดับที่ 5 คือ โทรทัศน์/ วิทยุ

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของเพศชาย คือ คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ และอันดับที่ 1 ของเพศหญิง คือ แผ่นป้าย/แผ่นพับ โฆษณา อันดับที่ 2 ของเพศชาย คือ แผ่นป้าย/แผ่นพับ โฆษณา และอันดับที่ 2 ของเพศหญิง คือ คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลา จำแนกตามเพศ

การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
แผ่นป้าย/แผ่นพับ โฆษณา	18	26.5	72	54.6	90	45
โทรทัศน์/ วิทยุ	2	2.9	4	3.0	6	3
หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร	2	2.9	14	10.6	16	8
อินเทอร์เน็ต	8	11.8	0	0	8	4
คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ	38	55.9	42	31.8	80	40
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาปลาที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท คือ คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ อันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท เหมือนกัน คือ แผ่นป้าย/แผ่นพับ โฆษณา อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท คือ แผ่นป้าย/แผ่นพับ โฆษณา อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง

7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท เหมือนกัน คือ คำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปปลา จำแนกตามกลุ่มรายได้

การรับทราบ ข่าวสาร เกี่ยวกับสปปลา	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อย ละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
แผ่นป้าย / แผ่นพับ โฆษณา	34	37.9	32	48.5	24	54.5	90	45
โทรทัศน์ / วิทยุ	2	2.2	2	3.0	2	4.5	6	3
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	4	4.4	6	9.1	6	13.7	16	8
อินเทอร์เน็ต	4	4.2	0	0	4	9.1	8	4
คำแนะนำจาก บุคคลอื่นๆ	46	51.1	26	39.4	8	18.2	80	40
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.4 ความหมายของสปลาตามที่ผู้ใช้บริการเข้าใจ

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ความหมายของสปลาตามที่ผู้ใช้บริการเข้าใจที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 คือ การใช้ปลาบำบัดเพื่อความผ่อนคลาย อันดับที่ 2 คือ การใช้ปลาเพื่อบำบัดโรคผิวหนัง และอันดับที่ 3 คือ การใช้ปลาบำบัดเพื่อความสวยงาม

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่าความหมายของสปลาตามที่ผู้ใช้บริการเข้าใจ ของทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีจำนวนมากเป็น อันดับที่ 1 คือ การใช้ปลาบำบัดเพื่อความผ่อนคลาย อันดับที่ 2 คือ การใช้ปลาเพื่อบำบัดโรคผิวหนัง และอันดับที่ 3 คือ การใช้ปลาบำบัดเพื่อความสวยงาม ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับความหมายของสปลาตามที่ผู้ใช้บริการเข้าใจ จำแนกตามเพศ

ความหมายของสปลาตามที่เข้าใจ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
การใช้ปลาบำบัดเพื่อความสวยงาม	8	11.8	12	9.1	20	10
การใช้ปลาเพื่อบำบัดโรคผิวหนัง	22	32.4	40	30.3	62	31
การใช้ปลาบำบัดเพื่อความผ่อนคลาย	38	55.8	80	60.6	118	59
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าความหมายของสปลาตามที่
 ผู้ใช้บริการเข้าใจ ของกลุ่มรายได้ทั้ง 3 กลุ่มที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 คือ การใช้ปลาบำบัดเพื่อ
 ความผ่อนคลาย อันดับที่ 2 คือ การใช้ปลาเพื่อบำบัดโรคผิวหนัง และอันดับที่ 3 คือ การใช้ปลา
 บำบัดเพื่อความสวยงาม ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับความหมายของสปลาตามที่
 ผู้ใช้บริการเข้าใจ จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความหมาย ของสปลา ตามที่เข้าใจ	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
การใช้ปลา บำบัดเพื่อ ความสวยงาม	4	4.4	14	21.2	2	4.5	20	10
การใช้ปลา เพื่อบำบัดโรค ผิวหนัง	28	31.1	22	33.3	12	27.3	62	31
การใช้ปลา บำบัดเพื่อ ความผ่อนคลาย	58	64.5	30	45.5	30	68.2	118	59
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.5 วัตถุประสงค์ที่มารับบริการสปปลา

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการสปปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า วัตถุประสงค์ที่มารับบริการสปปลา เพื่อพักผ่อนคลายเครียดมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 คือ อยากลองใช้บริการ อันดับที่ 3 คือ รักษาสุขภาพ อันดับที่ 4 คือ ความสวยงาม และอันดับที่ 5 คือ บำบัดโรค

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า วัตถุประสงค์ที่มารับบริการสปปลา เพื่อพักผ่อนคลายเครียด ของทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 คือ อยากลองใช้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับวัตถุประสงค์ที่มารับบริการสปปลา จำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์การมารับบริการสปปลา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
รักษาสุขภาพ	10	14.6	16	12.1	26	13
บำบัดโรค	4	5.9	12	9.1	16	8
พักผ่อนคลายเครียด	32	47.1	62	46.9	94	47
ความสวยงาม	0	0	20	15.2	20	10
อยากลองใช้บริการ	22	32.4	22	16.7	44	22
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสปาปลา เพื่อพักผ่อนคลายเครียด ของทั้ง 3 กลุ่มรายได้ มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท คือ อยากลองใช้บริการ ส่วนอันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท คือ รักษาสุขภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการสปาปลา จำแนกตามกลุ่มรายได้

วัตถุประสงค์ การมาใช้ บริการสปา ปลา	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
รักษาสุขภาพ	8	8.9	8	12.1	10	22.7	26	13
บำบัดโรค	6	6.7	2	3.0	8	18.2	16	8
พักผ่อนคลาย เครียด	50	55.6	24	36.4	20	45.5	94	47
ความสวยงาม	10	11.1	10	15.2	0	0	20	10
อยากลองใช้ บริการ	16	17.7	22	33.3	6	13.6	44	22
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.6 ประโยชน์ของสปาปลาตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจ

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ประโยชน์ของสปาปลาตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสร้างความสนุกสนาน อันดับที่ 2 คือ ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป อันดับที่ 3 คือ ทำความสะอาดผิวหนัง อันดับที่ 4 คือ ช่วยทำให้เท้านุ่มและเนียน อันดับที่ 5 คือ กระตุ้นเซลล์ประสาทสัมผัสบริเวณเท้าและมือ และอันดับที่ 6 คือ ช่วยลดปัญหาหากลื่นเท้า

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ประโยชน์ของสปาปลาตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของเพศชาย คือ ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป อันดับที่ 1 ของเพศหญิง คือ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสร้างความสนุกสนาน อันดับที่ 2 ของเพศชาย คือ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสร้างความสนุกสนาน อันดับที่ 2 ของเพศหญิง คือ ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับประโยชน์ของสปาปลาตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจจำแนกตามเพศ

ประโยชน์ของสปาปลาตามที่เข้าใจ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ทำความสะอาดผิวหนัง	14	20.6	18	13.6	32	16
ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้ว ออกไป	24	35.4	40	30.3	64	32
ช่วยลดปัญหาหากลื่นเท้า	2	2.9	6	4.5	8	4
กระตุ้นเซลล์ประสาทสัมผัส บริเวณเท้าและมือ	2	2.9	8	6.2	10	5
ช่วยทำให้เท้านุ่มและเนียน	6	8.8	14	10.6	20	10
ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และสร้างความสนุกสนาน	20	29.4	46	34.8	66	33
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประโยชน์ของสปปาลาตามที่ ผู้ใช้บริการเข้าใจที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มี รายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท คือ ช่วยกำจัดเซลล์ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป อันดับที่ 1 ของ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 คือ ให้ความรู้สึกผ่อนคลายและสร้างความสนุกสนาน อันดับที่ 2 ของ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท คือ ให้ความรู้สึกผ่อน คลายและสร้างความสนุกสนาน อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 คือ ช่วยกำจัดเซลล์ ผิวหนังที่ตายแล้วออกไป ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับประโยชน์ของสปปาลาตามที่ ผู้ใช้บริการเข้าใจ จำแนกตามกลุ่มรายได้

ประโยชน์ของ สปปาลาตามที่ เข้าใจ	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
ทำความสะอาด ผิวหนัง	16	17.8	10	15.2	9	13.7	32	16
ช่วยกำจัดเซลล์ ผิวหนังที่ตายแล้ว ออกไป	32	35.7	22	33.3	10	22.7	64	32
ช่วยลดปัญหา กลิ่นเท้า	4	4.4	2	3.0	2	4.5	8	4
กระตุ้นเซลล์ ประสาทสัมผัส บริเวณเท้าและมือ	4	4.4	6	9.1	0	0	10	5
ช่วยทำให้เท้านุ่ม และเนียน	4	4.4	12	18.2	4	9.1	20	10
ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย และสร้าง ความสนุกสนาน	30	33.3	14	21.2	22	50	66	33
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.6 จำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือน

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า จำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือนที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 คือ 1 ครั้ง อันดับที่ 2 คือ 2 ครั้ง อันดับที่ 3 คือ 3 ครั้ง และอันดับที่ 4 คือ 4 ครั้ง

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า จำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือนที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของเพศชายและเพศหญิง คือ 1 ครั้ง และอันดับที่ 2 คือ 2 ครั้ง ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับจำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือน จำแนกตามเพศ

จำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
1 ครั้ง	64	94.1	96	72.7	160	80
2 ครั้ง	4	5.9	30	22.8	34	17
3 ครั้ง	0	0	4	3.0	4	2
4 ครั้ง	0	0	2	1.5	2	1
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า จำนวนครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือนที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของทั้ง 3 กลุ่มรายได้ คือ 1 ครั้ง และอันดับที่ 2 คือ 2 ครั้ง ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือน
จำแนกตามกลุ่มรายได้

จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ ในรอบ 1 เดือน	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
1 ครั้ง	74	82.3	54	81.9	32	72.7	160	80
2 ครั้ง	12	13.3	12	18.1	10	22.7	34	17
3 ครั้ง	2	2.2	0	0	2	4.6	4	2
4 ครั้ง	2	2.2	0	0	0	0	2	1
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.7 ระยะเวลาที่ใช้บริการ

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสพปปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 คือ 30 นาที และอันดับที่ 2 คือ 60 นาที

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของทั้งเพศชายและเพศหญิง คือ 30 นาที และอันดับที่ 2 60 นาที ดังแสดงในตารางที่ 4.15

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ระยะเวลาที่ใช้บริการที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท คือ 60 นาที และอันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท คือ 30 นาที อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท คือ 30 นาที และอันดับที่ 1 ของกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 15,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท คือ 60 นาที ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับระยะเวลาที่ใช้บริการ
จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาที่ใช้บริการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
30 นาที	38	55.9	70	53.0	108	54
60 นาที	30	44.1	62	47.0	92	46
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับระยะเวลาที่ใช้บริการ
จำแนกตามกลุ่มรายได้

ระยะเวลาที่ใช้ บริการ	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
30 นาที	36	40.0	42	63.6	30	68.2	108	54
60 นาที	54	60.0	24	36.4	14	31.8	92	46
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.8 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง

การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้งที่มีจำนวนมากเป็น อันดับที่ 1 คือ 150 บาท และอันดับที่ 2 คือ มากกว่า 150 บาท

เมื่อพิจารณาตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลา ต่อครั้งที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของทั้งเพศชายและเพศหญิง คือ 150 บาท และอันดับที่ 2 คือ มากกว่า 150 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.17

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้งที่มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 1 ของทั้ง 3 กลุ่มคือ 150 บาท และอันดับที่ 2 มากกว่า 150 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาปลา จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาปลา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
150 บาท	38	55.9	92	69.7	130	65
มากกว่า 150 บาท	30	44.1	40	30.3	70	35
รวม	68	100	132	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาปลา จำแนกตามกลุ่มรายได้

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาปลา	กลุ่มรายได้						รวม	
	ต่ำกว่า 7,000		7,001 – 15,000		มากกว่า 15,000		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
150 บาท	76	84.4	36	54.5	18	40.9	130	65
มากกว่า 150 บาท	14	15.6	30	45.5	26	59.1	70	35
รวม	90	100	66	100	44	100	200	100

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการใช้บริการสปาปลาของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

การศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการใช้บริการสปาปลาของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง 150 บาท อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร, พนักงาน อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และอันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง มากกว่า 150 บาท อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และอันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน ซึ่งแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการสปาปลา ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ สปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	คะแนนรวม	282	167
	อันดับที่	3	2
ด้านราคา	คะแนนรวม	276	176
	อันดับที่	4	1
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย	คะแนนรวม	227	133
	อันดับที่	6	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	คะแนนรวม	182	120
	อันดับที่	7	6
ด้านบุคลากร, พนักงาน	คะแนนรวม	307	151
	อันดับที่	1	3
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	คะแนนรวม	283	151
	อันดับที่	2	3
ด้านกระบวนการบริการ	คะแนนรวม	235	110
	อันดับที่	5	7

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเหมือนกันคือ อันดับที่ 1 สปาปลา อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง 150 บาท คือ นวดเท้า อันดับที่ 3 คือ ทำเล็บ และอันดับที่ 4 คือ การทำพาราฟิน อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้งมากกว่า 150 บาท คือ ทำเล็บ อันดับที่ 3 คือ นวดเท้า และอันดับที่ 4 คือ การทำพาราฟิน ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
สปาปลา	คะแนนรวม	186	106
	อันดับที่	1	1
ทำเล็บ	คะแนนรวม	82	53
	อันดับที่	3	2
นวดเท้า	คะแนนรวม	98	49
	อันดับที่	2	3
การทำพาราฟิน	คะแนนรวม	18	8
	อันดับที่	4	4

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง มีปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่า อันดับที่ 2 คือ มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก และอันดับที่ 3 คือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านราคา		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ สปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่า	คะแนนรวม	171	89
	อันดับที่	1	1
มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก	คะแนนรวม	127	69
	อันดับที่	2	2
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	คะแนนรวม	86	58
	อันดับที่	3	3

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.3 ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง 150 บาท อันดับที่ 1 คือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย อันดับที่ 2 คือ มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการเลือกใช้บริการ และอันดับที่ 3 คือ วันและเวลาเปิดปิดมีความเหมาะสม ขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้งมากกว่า 150 บาท อันดับที่ 1 คือ มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการเลือกใช้บริการ อันดับที่ 2 คือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย และอันดับที่ 3 คือ วันและเวลาเปิดปิดมีความเหมาะสม ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ สปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการเลือกใช้บริการ	คะแนนรวม	144	83
	อันดับที่	2	1
อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	คะแนนรวม	158	73
	อันดับที่	1	2
วันและเวลาเปิดปิดมีความเหมาะสม	คะแนนรวม	82	60
	อันดับที่	3	3

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ อันดับที่ 2 คือ มีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ และอันดับที่ 3 คือ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	คะแนนรวม	123	53
	อันดับที่	3	3
มีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ	คะแนนรวม	129	79
	อันดับที่	2	2
การมีส่วนลดราคาพิเศษ	คะแนนรวม	132	84
	อันดับที่	1	1

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร, พนักงาน

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง มีปัจจัยด้านบุคลากร , พนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ ความเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้า อันดับที่ 2 คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ และอันดับที่ 3 คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านบุคลากร, พนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านบุคลากร, พนักงาน		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ สปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
ความเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้า	คะแนนรวม	163	82
	อันดับที่	1	1
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ	คะแนนรวม	145	78
	อันดับที่	2	2
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	คะแนนรวม	76	56
	อันดับที่	3	3

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.6 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง มีปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ มีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง 150 บาท คือ ที่นั่งบริการมีความสะดวกสบาย อันดับที่ 3 คือ การตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้สวยงาม และ อันดับที่ 4 คือ การจัดสรรพื้นที่ให้บริการเหมาะสม ไม่แออัด อันดับที่ 2 ของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้งมากกว่า 150 บาท คือ การตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้สวยงาม อันดับที่ 3 คือ ที่นั่งบริการมีความสะดวกสบาย และอันดับที่ 4 คือ การจัดสรรพื้นที่ให้บริการเหมาะสม ไม่แออัด ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาปลาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
ที่นั่งบริการมีความสะดวกสบาย	คะแนนรวม	101	53
	อันดับที่	2	3
มีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก	คะแนนรวม	132	66
	อันดับที่	1	1
การตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้สวยงาม	คะแนนรวม	91	62
	อันดับที่	3	2
การจัดสรรพื้นที่ให้บริการเหมาะสม ไม่แออัด	คะแนนรวม	60	35
	อันดับที่	4	4

ที่มา : จากการคำนวณ

4.3.7 ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาต่อครั้ง 150 บาท อันดับที่ 1 คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ อันดับที่ 2 คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบระเบียบ และอันดับที่ 3 คือ วิธีการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว (บัตรเครดิต) ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสปาต่อครั้งมากกว่า 150 บาท อันดับที่ 1 คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบระเบียบ อันดับที่ 2 คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และอันดับที่ 3 คือ วิธีการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว (บัตรเครดิต) ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ สปาต่อครั้ง	
		150 บาท	มากกว่า 150 บาท
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	คะแนนรวม	162	86
	อันดับที่	1	2
ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบ ระเบียบ	คะแนนรวม	146	93
	อันดับที่	2	1
วิธีการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว (บัตรเครดิต)	คะแนนรวม	76	37
	อันดับที่	3	3

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการ

การศึกษาคความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสปาปลาของผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่ ประกอบด้วยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ , ด้านราคา , ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย , ด้านการส่งเสริมการตลาด , ด้านบุคลากร , ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

4.4.1 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์หรือบริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ บริการสปาปลามีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ สปาปลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ การนวดเท้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ การทำเล็บ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่ 4 คือ การทำพาราฟิน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
สปาปลา	2.79	มาก	1
ทำเล็บ	2.19	ปานกลาง	3
นวดเท้า	2.3	ปานกลาง	2
การทำพาราฟิน	2.08	ปานกลาง	4
รวม	2.34	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.2 ความพึงพอใจด้านราคา

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสปาปลา มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ มีการแสดงป้ายราคาชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือ ราคาค่าใช้จ่ายบริการมีความเหมาะสมคุ้มค่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่ 3 คือ ราคาถูกกว่าสปารูปแบบอื่น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงระดับความพึงพอใจด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ราคาค่าใช้บริการมีความเหมาะสมคุ้มค่า	2.35	ปานกลาง	2
ราคาถูกกว่าสปารูปแบบอื่น	2.13	ปานกลาง	3
มีการแสดงป้ายราคาชัดเจน	2.39	ปานกลาง	1
รวม	2.29	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.3 ความพึงพอใจด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาปลาจำนวน 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสปาปลา มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย และ วันและเวลาที่ให้บริการมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
มีสถานบริการจำนวนมาก ง่ายต่อการเลือกใช้บริการ	2.62	มาก	1
อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	2.45	ปานกลาง	2
วันและเวลาที่ให้บริการมีความเหมาะสม	2.45	ปานกลาง	2
รวม	2.51	มาก	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.4 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาปลา 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสปาปลา มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ มีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่ 3 คือ มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ	2.41	ปานกลาง	3
มีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษ ต่างๆ	2.45	ปานกลาง	2
การมีส่วนลดราคาพิเศษ	2.53	มาก	1
รวม	2.46	ปานกลาง	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.5 ความพึงพอใจด้านบุคลากร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาของ จำนวน 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยด้านบุคลากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสปา มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ ความเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้า มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ความเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับลูกค้า	2.69	มาก	3
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุภาพ	2.77	มาก	1
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	2.7	มาก	2
รวม	2.72	มาก	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.6 ความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสปาปลา มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ มีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ มีการตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้ สวยงาม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ที่นั่งบริการมีความสะดวกสบาย มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 4 คือ การจัดสรรพื้นที่ให้บริการเหมาะสม ไม่แออัด มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ที่นั่งบริการมีความสะดวกสบาย	2.69	มาก	3
มีความสะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก	2.72	มาก	1
มีการตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้สวยงาม	2.71	มาก	2
การจัดสรรพื้นที่ให้บริการเหมาะสม ไม่แออัด	2.59	มาก	4
รวม	2.68	มาก	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.7 ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการสปาปลา จำนวน 200 ตัวอย่าง ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสปาปลา มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบระเบียบ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ วิธีการชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	2.63	มาก	2
ขั้นตอนการให้บริการมีความเป็นระบบระเบียบ	2.65	มาก	1
วิธีการชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว	2.26	ปานกลาง	3
รวม	2.51	มาก	

ที่มา : จากการคำนวณ

4.4.8 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ

การคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจด้านต่างๆ ของผู้มาใช้บริการสพป.ลา จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อันดับที่ 1 คือ ด้านบุคลากร รองลงมาตามลำดับ คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านราคา ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

ความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	2.34	6	ปานกลาง
ด้านราคา	2.23	7	ปานกลาง
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย	2.51	3	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.46	5	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	2.72	1	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.68	2	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.51	3	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ