

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และปัญหาที่พบจากการใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้พัฒนาคุณภาพของบริการ ตลอดจนวางแผนการตลาดของสถานบริการนวดแผนโบราณอย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษานี้ทำโดยใช้แบบสอบถาม ทำการสอบถาม ผู้บริโภคชาวไทยและเคยใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 19 แห่ง จำนวน 200 ราย และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย
- เพศ
 - อายุ
 - สถานภาพ
 - อาชีพ
 - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - ระดับการศึกษา

- ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการไปใช้บริการนวดแผนโบราณของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย
- สถานที่ๆ ผู้บริโภคเคยไปใช้บริการนวดแผนโบราณ
 - สถานที่ๆ ปัจจุบันผู้บริโภคไปใช้บริการนวดแผนโบราณอยู่
 - ความถี่ในการใช้บริการนวดแผนโบราณต่อเดือน
 - ช่วงเวลาที่มาใช้บริการนวดแผนโบราณ
 - วันที่มาใช้บริการนวดแผนโบราณ
 - ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการในแต่ละครั้ง
 - สาเหตุที่ใช้บริการนวดแผนโบราณ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับธุรกิจบริการและปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านเครื่องมือ
- ปัจจัยด้านสถานที่
- ปัจจัยด้านบุคคล
- ปัจจัยด้านการบริการ
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านสัญลักษณ์
- การส่งเสริมการตลาด
- วัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา
- ปัจจัยอื่นๆ

ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับธุรกิจบริการและปัจจัยอื่นๆ ที่ผู้บริโภคพบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

- ปัญหาด้านเครื่องมือ
- ปัญหาด้านสถานที่
- ปัญหาด้านบุคคล
- ปัญหาด้านการบริการ
- ปัญหาด้านราคา
- ปัญหาด้านสัญลักษณ์
- ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์
- ปัญหาอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	155	77.50
หญิง	45	22.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 77.50 และเพศหญิง ร้อยละ 22.50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	4	2.00
21 - 30	45	22.50
31 - 40	93	46.50
41 - 50	42	21.00
51 - 60	15	7.50
มากกว่า 60	1	0.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี มากที่สุด คือ ร้อยละ 46.50

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	60	30.00
สมรส	113	56.50
หย่า	16	8.00
ม่าย	11	5.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสมากที่สุด คือ ร้อยละ 56.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	37	18.50
พนักงานบริษัทเอกชน	49	24.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	24.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	49	24.50
รับจ้าง	16	8.00
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มากที่สุดเท่ากัน คือ ร้อยละ 24.50

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	17	8.50
5,100 – 10,000	56	28.00
10,001 – 15,000	35	17.50
15,001 – 20,000	31	15.50
20,001 – 25,000	27	13.50
มากกว่า 25,000	34	17.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 5,100 – 10,000 บาท มากที่สุด คือ ร้อยละ 28.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	20	10.00
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	25	12.50
อนุปริญญา หรือ ปวส.	33	16.50
ปริญญาตรี	100	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	22	11.00
อื่นๆ	-	-
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีมากที่สุด คือ ร้อยละ 50.00

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการไปใช้บริการนวดแผนโบราณของผู้บริโภคชาวไทยและเคย
ใช้บริการนวดแผนโบราณ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามสถานที่ๆ เคยไปใช้บริการ
นวดแผนโบราณ

ชื่อสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
1. ดี เค (277/5 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน)	21	2.80
2. ลานนาหัตถเวช (209/3 ถ.ศรีดอนไชย ต.ช้างคลาน)	17	2.30
3. เจ อาร์ 2 (5/4 ถ.มูลเมือง ต.พระสิงห์)	18	2.40
4. พรพิงค์ (โรงแรมพรพิงค์)	26	3.50
5. ดี ดี (420/34 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน)	22	2.90
6. วังคำ (ถ.นิมมานเหมินทร์ ต.สุเทพ)	20	2.70
7. กรทอง (32/15 ถ.ประชาสัมพันธ์ ต.ช้างคลาน)	22	2.90
8. ซี เอ็ม (109/10 ถ.ระแงง ต.ช้างคลาน)	19	2.50
9. เพชรมงคล (โรงแรมเพชรงาม)	78	10.40
10. เชียงใหม่ชานาคลับ (ถ.ช่วงสิงห์ ต.ช้างเผือก)	33	4.40
11. พิงค์พยอม (โรงแรมพิงค์พยอม)	55	7.30
12. ปางสวนแก้ว (โรงแรมปางสวนแก้ว)	83	11.10
13. โรงพยาบาลบรรเทาทุกข์โบราณภาคเหนือ (ต.นายยา)	30	4.00
14. หัตถวิทย์ 2 (348/12 ถ.เจริญประเทศ ต.ช้างคลาน)	39	5.20
15. ฌัมพูเวช (92/14-15 ถ.ศรีดอนไชย ต.ช้างคลาน)	12	1.60
16. สวัสดิ์ (141/35 ถ.กำแพงดิน ต.ช้างคลาน)	22	2.90
17. หัตถวิทย์ 1 (ข้างโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ)	48	6.40
18. โอวดีโพธิเวช (459/100 เจริญเมืองบาร์ซ่าร์ ถ. เจริญเมือง)	54	7.20
19. รินแก้วโพธิเวช (183/4 ถ.วัดลาย ต.นายยา)	131	17.50
20. อื่นๆ	-	-
รวม	750	100.00

หมายเหตุ ผู้บริโภคบางรายเคยไปใช้บริการนวดแผนโบราณมากกว่า 1 แห่ง

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ เคยไปใช้บริการนวดแผนโบราณที่มาก
ที่สุด คือ รินแก้วโพธิเวช คิดเป็น ร้อยละ 17.50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามสถานที่ๆ ไปใช้บริการนวดแผนโบราณอยู่ในปัจจุบัน

ชื่อสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
1. ดี เค (277/5 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน)	13	3.00
2. ลานนาหาดเวร (209/3 ถ.ศรีดอนไชย ต.ช้างคลาน)	12	2.70
3. เจ อารี 2 (5/4 ถ.มูลเมือง ต.พระสิงห์)	9	2.10
4. พรพิงค์ (โรงแรมพรพิงค์)	13	3.00
5. ดี ดี (420/34 .ช้างคลาน ต.ช้างคลาน)	13	3.00
6. วังคำ (ถ.นิมมานเหมินทร์ ต.สุเทพ)	10	2.30
7. กรพอง (32/15 ถ.ประชาสัมพันธ์ ต.ช้างคลาน)	15	3.40
8. ซี เอ็ม (109/10 ถ.ระแงง ต.ช้างคลาน)	12	2.70
9. เพชรมงคล (โรงแรมเพชรงาม)	46	10.50
10. เชียงใหม่ชานาคลับ (ถ.ขวงสิงห์ ต.ช้างเผือก)	17	3.90
11. พิงค์พยอม (โรงแรมพิงค์พยอม)	27	6.20
12. ปางสวนแก้ว (โรงแรมปางสวนแก้ว)	38	8.70
13. โรงพยาบาลบรรเทาทุกข์โบราณภาคเหนือ (ต.หายยา)	22	5.00
14. หัตถวิทย์ 2 (348/12 ถ.เจริญประเทศ ต.ช้างคลาน)	12	2.70
15. ณัฐเวช (92/14-15 ถ.ศรีดอนไชย ต.ช้างคลาน)	5	1.10
16. สวัสดิ์ (141/35 ถ.กำแพงดิน ต.ช้างคลาน)	10	2.30
17. หัตถวิทย์ 1 (ข้างโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ)	31	7.10
18. โอวดีโพธิเวช (459/100 เจริญเมืองบาร์ชัวร์ ถ. เจริญเมือง)	39	8.90
19. รินแก้วโพธิเวช (183/4 ถ.วัลลาย ต.หายยา)	94	21.50
20. อื่นๆ	-	-
รวม	438	100.00

หมายเหตุ ผู้บริโภคบางรายปัจจุบันไปใช้บริการนวดแผนโบราณมากกว่า 1 แห่ง

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไปใช้บริการนวดแผนโบราณมากที่สุด
ในปัจจุบัน คือ รินแก้วโพธิเวช คิดเป็น ร้อยละ 21.50

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความถี่ในการไปใช้บริการ
นัดแผนโบราณต่อเดือน

ความถี่ต่อเดือน (ครั้ง)	จำนวน	ร้อยละ
1 - 4	71	35.50
5 - 10	59	29.50
11 - 15	9	4.50
16 - 20	1	0.50
มากกว่า 20	4	2.00
นานๆ ครั้ง	56	28.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการนัดแผนโบราณ 1-4 ครั้ง ต่อเดือน มากที่สุด คือ ร้อยละ 35.50

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ
นัดแผนโบราณ

ช่วงเวลา (น.)	จำนวน	ร้อยละ
08.00 - 12.00	3	1.50
12.01 - 16.00	13	6.50
16.01 - 20.00	18	9.00
20.01 - 24.00	70	35.00
24.01 เป็นต้นไป	6	3.00
ไม่แน่นอน	90	45.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่มีช่วงเวลาที่แน่นอนในการไปใช้บริการนัดแผนโบราณมากที่สุด คือ ร้อยละ 45.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามวันที่ไปใช้บริการนวดแผนโบราณ

วัน	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	6	2.10
อังคาร	6	2.10
พุธ	4	1.40
พฤหัสบดี	3	1.00
ศุกร์	21	7.30
เสาร์	60	20.80
อาทิตย์	56	19.40
วันหยุดราชการ	34	11.80
ไม่แน่นอน	99	34.30
อื่นๆ	-	-
รวม	289	100.00

หมายเหตุ ผู้บริโภคบางรายไปใช้บริการมากกว่า 1 วัน

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่มีวันที่แน่นอนในการไปใช้บริการนวดแผนโบราณมากที่สุด คือ ร้อยละ 34.30

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามระยะเวลาต่อครั้งที่ไปใช้
บริการนวดแผนโบราณ

ระยะเวลา (ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
1	15	7.50
2	117	58.50
3	37	18.50
4	5	2.50
มากกว่า 4	1	0.50
ไม่แน่นอน	25	12.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไปใช้บริการนวดแผนโบราณเป็น
ระยะเวลา 2 ชั่วโมง ต่อครั้งมากที่สุด คือ ร้อยละ 58.50

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามสาเหตุในการไปใช้บริการ
 หนองแผนโบราณ

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	104	24.36
เพื่อคลายความเครียด	153	35.83
เพื่อนชวนมา	36	8.43
ต้องการทดลอง	20	4.68
ต้องมานวดเป็นประจำ	26	6.09
มีผู้แนะนำ	8	1.87
เพื่อฆ่าเวลา	25	5.86
พาผู้อื่นมา	43	10.07
ตามผู้อื่นมา	12	2.81
อื่นๆ	-	-
รวม	427	100.00

หมายเหตุ ผู้บริโภคบางรายมีสาเหตุในการใช้บริการมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไปใช้บริการหนองแผนโบราณด้วย
 สาเหตุเพื่อคลายความเครียดมากที่สุด คือ ร้อยละ 35.83

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการ และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	103	51.50	55	27.50	26	13.00	8	4.00	8	4.00	200	4.18	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	99	49.50	69	34.50	12	6.00	9	4.50	11	5.50	200	4.18	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	120	60.00	60	30.00	8	4.00	5	2.50	7	3.50	200	4.41	มาก
ปัจจัยด้านราคา	74	37.00	64	32.00	24	12.00	8	4.00	30	15.00	200	3.72	มาก
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	74	37.00	56	28.00	37	18.50	15	7.50	18	9.00	200	3.77	มาก
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	66	33.00	43	21.50	42	21.00	24	12.00	25	12.50	200	3.51	มาก
รวม	536	44.70	347	28.90	149	12.40	69	5.80	99	8.30	1,200	3.96	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ในรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกปัจจัย เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านบุคคล เครื่องมือ สถานที่ สัญลักษณ์ ราคา และวัสดุสื่อสาร

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ
 นวัตกรรมโบราณและเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เพศ																				
	ชาย							หญิง													
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	82	41.00	43	21.50	19	9.50	5	2.50	6	3.00	21	10.50	12	6.00	7	3.50	3	1.50	2	1.00	
ปัจจัยด้านสถานที่	81	40.50	52	26.00	6	3.00	8	4.00	8	4.00	18	9.00	17	8.50	6	3.00	1	0.50	3	1.50	
ปัจจัยด้านบุคคล	92	46.00	46	23.00	6	3.00	5	2.50	6	3.00	28	14.00	14	7.00	2	1.00	-	-	1	0.50	
ปัจจัยด้านราคา	59	29.50	47	23.50	16	8.00	8	4.00	25	12.50	15	7.50	17	8.50	8	4.00	-	-	5	2.50	
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	60	30.00	43	21.50	28	14.00	12	6.00	12	6.00	14	7.00	13	6.50	9	4.50	3	1.50	6	3.00	
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	57	28.50	32	16.00	33	16.50	17	8.50	16	8.00	9	4.50	11	5.50	9	4.50	7	3.50	9	4.50	
รวม	431	35.90	263	21.90	108	9.00	55	4.60	73	6.10	105	8.80	84	7.00	41	3.40	14	1.20	26	2.20	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการของบุคลากรที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวัตกรรมโบราณ ในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เทศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	4.23 (มาก)	4.04 (มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	4.23 (มาก)	4.02 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.37 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านราคา	3.69 (มาก)	3.82 (มาก)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	3.82 (มาก)	3.58 (มาก)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	3.63 (มาก)	3.09 (น้อย)
รวม	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 17 พบว่าผู้บริโภคมุขกช่วงอายุแก่กว่า 20 ปี และ 60 ปี ขึ้นไปส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้บริโภคมุขกต่ำกว่า 20 ปี และ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก และไม่สำคัญ ตามลำดับ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	4.38 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
ปัจจัยด้านสถานที่	3.50 (มาก)	4.11 (มาก)	4.27 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
ปัจจัยด้านบุคคล	3.50 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	2.75 (น้อย)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.40 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	3.50 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	3.00 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.76 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.40 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.42 (น้อย)	3.90 (มาก)	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	2.67 (น้อย)

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 41 - 50 ปี ได้แก่ ปัจจัยด้านเครื่องมือ และบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 60 ปี ขึ้นไป ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนนโยบายและอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการ	อาชีพ																													
	ข้าราชการ						พนักงานบริษัทเอกชน																							
	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	น้อย	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	น้อย	มากที่สุด	ไม่สำคัญ																		
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	22	11.00	6	3.00	4	2.00	3	1.50	2	1.00	22	11.00	14	7.00	10	5.00	2	1.00	2	1.00	26	13.00	7	3.50	1	0.50	2	1.00		
ปัจจัยด้านสถานที่	21	10.50	11	5.50	1	0.50	1	0.50	3	1.50	25	12.50	17	8.50	3	1.50	4	2.00	-	-	25	12.50	20	10.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00
ปัจจัยด้านบุคคล	25	12.50	8	4.00	2	1.00	-	-	2	1.00	27	13.50	18	9.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	31	15.50	14	7.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50
ปัจจัยด้านราคา	17	8.50	10	5.00	4	2.00	-	-	6	3.00	13	6.50	22	11.00	7	3.50	2	1.00	2	1.00	20	10.00	15	7.50	5	2.50	4	2.00	5	2.50
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	18	9.00	7	3.50	6	3.00	3	1.50	3	1.50	13	6.50	15	7.50	14	7.00	3	1.50	4	2.00	21	10.50	17	8.50	7	3.50	2	1.00	2	1.00
ปัจจัยด้านทัศนียภาพ	15	7.50	7	3.50	4	2.00	6	3.00	5	2.50	10	5.00	12	6.00	16	8.00	7	3.50	4	2.00	17	8.50	11	5.50	14	7.00	3	1.50	4	2.00
รวม	118	59.00	48	24.00	21	10.50	13	6.50	21	10.50	110	55.00	98	49.00	52	26.00	19	9.50	15	7.50	140	70.00	90	45.00	36	18.00	12	6.00	16	8.00

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและบริการ	อาชีพ																														
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว						รับจ้าง																								
	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	น้อย	มากที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	น้อย	มากที่สุด	ไม่สำคัญ																			
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	24	12.00	17	8.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	9	4.50	5	2.50	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านสถานที่	23	11.50	14	7.00	5	2.50	3	1.50	4	2.00	5	2.50	7	3.50	2	1.00	-	-	2	1.00	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านบุคคล	29	14.50	14	7.00	1	0.50	3	1.50	2	1.00	8	4.00	6	3.00	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านราคา	21	10.50	12	6.00	5	2.50	1	0.50	10	5.00	3	1.50	5	2.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50	1	0.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	18	9.00	13	6.50	8	4.00	4	2.00	6	3.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	3	1.50	3	1.50	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านทัศนียภาพ	21	10.50	8	4.00	7	3.50	6	3.00	7	3.50	3	1.50	5	2.50	1	0.50	2	1.00	5	2.50	2	1.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-
รวม	136	68.00	78	39.00	31	15.50	19	9.50	30	15.00	32	16.00	32	16.00	22	11.00	9	4.50	17	8.50	6	3.00	17	8.50	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพยกเว้นผู้ประกอบอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการที่สะดวกในการใช้บริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนนโยบายและอาชีพ

ผู้บริหารคณาจารย์ที่รับจ้างสอนใหญ่ให้ควมสำคัญในระดับสำคัญมาก และมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านเครื่องมือ	4.16 (มาก)	4.10 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านสถานที่	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านบุคคล	4.46 (มาก)	4.41 (มาก)	4.49 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านราคา	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	3.67 (มาก)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	3.92 (มาก)	3.61 (มาก)	4.08 (มาก)	3.67 (มาก)	3.19 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร	3.57 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.69 (มาก)	3.61 (มาก)	2.94 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	4.11 (มาก)	3.92 (มาก)	3.59 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทุกอาชีพในการเลือกใช้บริการนวดแผน ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	ระดับความสำคัญ											รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		จำนวน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
มีบริการห้องอบสมุนไพรบริการตัดผมทำนวดและหูก	80	40.00	22	11.00	35	17.50	13	6.50	50	25.00	200	3.35	น้อย	
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	80	40.00	27	13.50	38	19.00	5	2.50	50	25.00	200	3.41	น้อย	
มีร้านอาหารภายในสถานที่	71	35.50	25	12.50	38	19.00	4	2.00	62	31.00	200	3.20	น้อย	
มีเสื้อผ้าให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	106	53.00	53	26.50	13	6.50	3	1.50	25	12.50	200	4.06	มาก	
เสื้อผ้าที่ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด	122	61.00	43	21.50	8	4.00	1	0.50	26	13.00	200	4.17	มาก	
มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยให้จำหน่ายให้ลูกค้าไม่ต้องนำมาเอง	67	33.50	53	26.50	23	11.50	8	4.00	49	24.50	200	3.41	น้อย	
มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	88	44.00	41	20.50	23	11.50	6	3.00	42	21.00	200	3.64	น้อย	
มีบริการรถรับส่งลูกค้า	79	39.50	30	15.00	29	14.50	8	4.00	54	27.00	200	3.34	น้อย	
มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	75	37.50	48	24.00	21	10.50	8	4.00	48	24.00	200	3.47	น้อย	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ	
รวม	768	38.40	342	17.10	228	11.40	56	2.80	406	20.30	2,000	3.31	น้อย	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านเครื่องมือแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด และมีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือที่ใช้บริการหมวดแผนโบราณและแพศ

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	แพศ																			
	ชาย						หญิง													
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	ไม่สำคัญ								
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
มีบริการห้องอบเข้าน้ำ บริการขัดผมทำนวดชายและหญิง	63	31.50	20	10.00	28	14.00	9	4.50	35	17.50	17	8.50	2	1.00	7	3.50	4	2.00	15	7.50
มีบริการนวดและเครื่องดีมในท้องถิ่น	62	31.00	26	13.00	30	15.00	2	1.00	35	17.50	18	9.00	1	0.50	8	4.00	3	1.50	15	7.50
มีร้านอาหารภายในสถานที่	58	29.00	19	9.50	34	17.00	1	0.50	43	21.50	13	6.50	6	3.00	4	2.00	3	1.50	19	9.50
มีเสื้อผ้าให้ลูกค้าสลับเปลี่ยนขนาด	83	41.50	40	20.00	10	5.00	3	1.50	19	9.50	23	11.50	13	6.50	3	1.50	-	-	6	3.00
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าสลับเปลี่ยนขนาดสะดวก	92	46.00	34	17.00	6	3.00	1	0.50	22	11.00	30	15.00	9	4.50	2	1.00	-	-	4	2.00
มีอาหารนวดสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยใช้จำหน่ายให้ลูกค้าไม่ต้องนำมาเอง	55	27.50	39	19.50	17	8.50	6	3.00	38	19.00	12	6.00	14	7.00	6	3.00	2	1.00	11	5.50
มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	69	34.50	28	14.00	16	8.00	5	2.50	37	18.50	19	9.50	13	6.50	7	3.50	1	0.50	5	2.50
มีบริการรถรับส่งลูกค้า	64	32.00	22	11.00	26	13.00	3	1.50	40	20.00	15	7.50	8	4.00	3	1.50	5	2.50	14	7.00
มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	58	29.00	37	18.50	17	8.50	4	2.00	39	19.50	17	8.50	11	5.50	4	2.00	4	2.00	9	4.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	604	32.20	265	13.25	184	9.20	34	1.70	463	23.15	164	8.20	77	3.85	44	2.20	22	1.10	143	7.15

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการด้านเครื่องมือที่มีคุณภาพมากกว่าบริการนวดแผนโบราณในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	เทศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีบริการห้องอบสมุนไพร บริการตัดผมทำนวดชายและหญิง	3.43 (น้อย)	3.04 (น้อย)
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	3.50 (มาก)	3.09 (น้อย)
มีร้านอาหารภายในสถานที่	3.31 (น้อย)	2.80 (น้อย)
มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด	4.12 (มาก)	4.36 (มาก)
มียาน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้จำหน่ายให้ลูกค้าไม่ต้องนำมาเอง	3.43 (น้อย)	3.31 (น้อย)
มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	3.56 (มาก)	3.89 (มาก)
มีบริการรถรับส่งลูกค้า	3.43 (น้อย)	3.11 (น้อย)
มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	3.46 (น้อย)	3.51 (มาก)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.33 (น้อย)	3.22 (น้อย)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือที่มิใช่พิพลาในการรวมคนแผนในปริมาณและอายุ

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	อายุ (ปี)																								
	ต่ำกว่า 20					21-30					31-40														
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ										
มีบริการห้องสมุดตามบ้าน มีบริการคัดลอกเอกสารและ	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	1	0.50	3	1.50	11	5.50	40	20.00	10	5.00	15	7.50	2	1.00	28	13.00	
หญิง																									
มีบริการจัดหาหนังสือและสิ่งพิมพ์	2	1.00	-	-	2	1.00	-	-	-	-	13	6.50	12	6.00	43	21.50	16	8.00	12	6.00	2	1.00	20	10.00	
มีบ้านเช่าหรือยืมสถานที่	2	1.00	1	0.50	-	1	0.50	-	-	10	5.00	13	6.50	1	0.50	39	19.50	11	5.50	15	7.50	2	1.00	26	13.00
มีโต๊ะเก้าอี้ให้ยืมสำหรับเขียนจดหมาย	2	1.00	-	-	1	0.50	1	0.50	-	20	10.00	17	8.50	3	1.50	59	29.50	18	9.00	5	2.50	2	1.00	9	4.50
โต๊ะเก้าอี้ให้ยืมสำหรับเขียนจดหมายและจาก	2	1.00	1	0.50	-	1	0.50	-	-	27	13.50	12	6.00	2	1.00	80	40.00	18	9.00	3	1.50	-	-	12	6.00
มีบริการยืมหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์	2	1.00	1	0.50	-	1	0.50	-	-	7	3.50	13	6.50	11	5.50	42	21.00	22	11.0	7	3.50	3	1.50	19	9.50
จ่ายค่าเช่าตู้สำหรับเขียนจดหมาย																									
มีบริการยืมหนังสือและสิ่งพิมพ์	2	1.00	1	0.50	-	1	0.50	-	-	13	6.50	12	6.00	9	4.50	52	26.00	17	8.50	6	3.00	2	1.00	16	8.00
มีบริการยืมสิ่งพิมพ์	2	1.00	1	0.50	-	1	0.50	-	-	11	5.50	8	4.00	11	5.50	46	23.00	11	5.50	9	4.50	3	1.50	22	11.00
มีบริการยืมหนังสือสิ่งพิมพ์และสิ่งพิมพ์	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	10	5.00	16	8.00	7	3.50	47	23.50	19	9.50	8	4.00	2	1.00	17	8.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	17	8.65	7	3.50	6	3.00	6	3.00	6	3.00	85	4.75	79	3.95	530	21.50	142	7.10	80	4.00	18	0.90	260	13.00	

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	อายุ(ปี)												
	41-50				51-60				60ขึ้นไป				
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	
มีบริการซ่อมแซมช่าง บริการซ่อมพื้นฐานและหญิง	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 6 ร้อยละ 3.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 11 ร้อยละ 5.50	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีบริการช่างและเครื่องใช้ในท้องถิ่น	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน -	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีช่างซ่อมภายในสถานที่	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน -	จำนวน 17 ร้อยละ 8.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีสื่อความรู้ให้ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวก	จำนวน 19 ร้อยละ 9.50	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน -	จำนวน -
สื่อความรู้ให้ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวกและขาด	จำนวน 24 ร้อยละ 12.00	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน -	จำนวน 7 ร้อยละ 3.50	จำนวน 8 ร้อยละ 4.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -
มีสื่อความรู้ให้ลูกค้าเข้าถึงได้สะดวกและขาด	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
จำนวนค่าใช้จ่ายค่าไม่ได้แน่นอน	จำนวน 18 ร้อยละ 9.00	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน -	จำนวน 14 ร้อยละ 7.00	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีบริการซ่อมทั้งในและนอกสถานที่	จำนวน 13 ร้อยละ 6.50	จำนวน 9 ร้อยละ 4.50	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 15 ร้อยละ 7.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีบริการซ่อมทั้งในและนอกสถานที่	จำนวน 12 ร้อยละ 6.00	จำนวน 10 ร้อยละ 5.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 16 ร้อยละ 8.00	จำนวน 5 ร้อยละ 2.50	จำนวน 2 ร้อยละ 1.00	จำนวน 3 ร้อยละ 1.50	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50	จำนวน 4 ร้อยละ 2.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 1 ร้อยละ 0.50
มีบริการซ่อมทั้งในและนอกสถานที่	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 42 ร้อยละ 21.00	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -
รวม	จำนวน 146 ร้อยละ 7.30	จำนวน 76 ร้อยละ 3.80	จำนวน 31 ร้อยละ 1.55	จำนวน 7 ร้อยละ 0.5	จำนวน 160 ร้อยละ 8.00	จำนวน 50 ร้อยละ 2.50	จำนวน 22 ร้อยละ 1.10	จำนวน 32 ร้อยละ 1.60	จำนวน 1 ร้อยละ 0.05	จำนวน 45 ร้อยละ 2.25	จำนวน 2 ร้อยละ 0.10	จำนวน -	จำนวน 9 ร้อยละ 0.40

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้บริโภคทุกช่วงอายุยกเว้นผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการซ่อมแซมเครื่อง

มือที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการรถแวนโบราณ ในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีบริการห้องอบสมุนไพร บริการตัดผมทำนวดชายและหญิง	4.00 (มาก)	2.93 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.40 (น้อย)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	4.00 (มาก)	3.22 (น้อย)	3.65 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีร้านอาหารภายในสถานที่	4.00 (มาก)	2.96 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีเสื้อผ้าให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	3.75 (มาก)	4.04 (มาก)	4.25 (มาก)	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)	4.02 (มาก)	3.87 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยให้จำหน่ายให้ลูกค้า ไม่ต้องนำมาเอง	4.00 (มาก)	3.04 (น้อย)	3.70 (มาก)	3.19 (น้อย)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	4.25 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.94 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการรถรับส่งลูกค้า	4.25 (มาก)	3.07 (น้อย)	3.65 (มาก)	3.07 (น้อย)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	3.50 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.68 (มาก)	3.13 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.21 (น้อย)	1.80 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ และมีบริการรถรับส่งลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านมีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านมีบริการห้องอบสมุนไพร บริการตัดผมทำนวดชายและหญิง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านมีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด และเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริจาค จำนวนตามบัญชีด้านตรงมือที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการขนส่งมวลชนไปสถานและอาชีพ

บัญชีส่วนท้องถิ่น	ข้าราชการ										พนักงานบริษัทเอกชน										พนักงานรัฐวิสาหกิจ									
	มาก		น้อย		มากที่สุด		ไม่สำคัญ		น้อยที่สุด		มากที่สุด		ไม่สำคัญ		น้อยที่สุด		มากที่สุด		ไม่สำคัญ		น้อยที่สุด		มากที่สุด		ไม่สำคัญ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
มีบริการห้องอบรมภาษา บริการตัดผมทำผม และหญิง	22	11.00	4	2.00	4	2.00	-	-	7	3.50	15	7.50	5	2.50	12	6.00	5	2.50	12	6.00	21	10.50	9	4.50	8	4.00	4	2.00	7	3.50
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม	20	10.00	3	1.50	4	2.00	1	0.50	9	4.50	15	7.50	8	4.00	12	6.00	3	1.50	11	5.50	19	9.50	7	3.50	10	5.00	1	0.50	12	6.00
มีร้านอาหารในสถานที่	20	10.00	4	2.00	4	2.00	-	-	9	4.50	13	6.50	3	1.50	14	7.00	2	1.00	17	8.50	18	9.00	4	2.00	12	6.00	-	-	15	7.50
มีสิ่งอำนวยความสะดวกเสริมสถานที่	28	14.00	5	2.50	-	-	-	-	6	3.00	19	9.50	20	10.00	7	3.50	-	-	3	1.50	22	11.00	16	8.00	3	1.50	1	0.50	7	3.50
สิ่งอำนวยความสะดวกเสริมสถานที่	29	14.50	3	1.50	-	-	-	-	5	2.50	24	12.00	14	7.00	5	2.50	-	-	6	3.00	28	14.00	12	6.00	2	1.00	-	-	7	3.50
มีอาหารว่างสำหรับแขกบริการโปรดิวซ์	19	9.50	6	3.00	3	1.50	-	-	9	4.50	7	3.50	18	9.00	9	4.50	3	1.50	12	6.00	19	9.00	13	6.50	4	2.00	1	0.50	13	6.50
จำหน่ายไข่ ถั่วดำไม่ใส่น้ำตาล																														
มีบริการรถรับส่งในและนอกสถานที่	22	11.00	8	4.00	-	-	1	0.50	6	3.00	11	5.50	15	7.50	9	4.50	2	1.00	12	6.00	23	11.50	7	3.50	6	3.00	1	0.50	12	6.00
มีบริการรับส่งลูกค้า	21	10.50	3	1.50	2	1.00	1	0.50	10	5.00	10	5.00	12	6.00	10	5.00	2	1.00	15	7.50	23	11.50	7	3.50	8	4.00	2	1.00	9	4.50
มีบริการขนส่งสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์	22	11.00	6	3.00	2	1.00	1	0.50	6	3.00	10	5.00	13	6.50	11	5.50	2	1.00	13	6.50	19	9.00	12	6.00	4	2.00	2	1.00	13	6.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50
รวม	201	10.05	42	2.10	19	0.95	4	0.20	104	5.20	124	6.20	108	5.40	89	4.45	19	0.95	160	7.50	180	9.00	87	4.35	57	2.85	12	0.60	144	7.20

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	ประเภทของเครื่องสำอาง												อื่นๆ																			
	มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ				มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
มีบริการหรือมอบหมายไป บริการเพิ่มเติมทางขายและหญิง	17	8.50	2	1.00	10	5.00	3	1.50	17	8.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-				
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนอน	21	10.50	7	3.50	9	4.50	-	-	12	6.00	5	2.50	2	1.00	3	1.50	-	-	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-					
มีร้านอาหารภายในสถานที่	17	8.50	11	5.50	6	3.00	1	0.50	14	7.00	3	1.50	3	1.50	2	1.00	1	0.50	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-					
มีเคาน์เตอร์ใช้เลือกสินค้าเพิ่มเติมและขนาด	30	15.00	9	4.50	3	1.50	1	0.50	6	3.00	9	4.50	3	1.50	-	-	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-					
เสื้อผ้าที่ใช้ตกแต่งร้านค้าเพิ่มเติมและขนาด	33	16.50	8	4.00	1	0.50	1	0.50	6	3.00	6	3.00	6	3.00	-	-	-	-	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-					
มีอาหารเครื่องดื่มสำหรับแขกจากที่พักเมื่อใช้	19	9.50	11	5.50	5	2.50	3	1.50	11	5.50	4	2.00	5	2.50	2	1.00	1	0.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-					
จำหน่ายให้ ลูกค้าไม่ต้องจ่ายเอง																																
มีบริการรถรับส่งในและนอกสถานที่	27	13.50	6	3.00	6	3.00	1	0.50	9	4.50	5	2.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-					
มีบริการรถรับส่งลูกค้า	21	10.50	5	2.50	7	3.50	1	0.50	15	7.50	4	2.00	3	1.50	2	1.00	2	1.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-					
มีบริการรับจองบริการส่งมอบให้กับลูกค้า	21	10.50	11	5.50	3	1.50	2	1.00	12	6.00	4	2.00	6	3.00	1	0.50	1	0.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-					
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-					
รวม	206	103.00	70	3.50	5	2.50	13	6.50	151	75.50	47	23.50	35	17.50	13	6.50	8	4.00	57	28.50	-	-	-	-	-	-	-					

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพยกเว้นผู้ประกอบการร้านอาหารที่พบนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการเสริมสร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการรถรับส่งลูกค้า ในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยด้านเครื่องมือ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีบริการห้องอบไอน้ำ บริการดีดมท่าชายและหญิง	3.92 (มาก)	3.12 (น้อย)	3.67 (มาก)	2.98 (น้อย)	2.81 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	3.65 (มาก)	3.27 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.51 (มาก)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีร้านอาหารภายในสถานที่	3.70 (มาก)	2.86 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.63 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	4.22 (มาก)	4.06 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด	4.38 (มาก)	4.02 (มาก)	4.10 (มาก)	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้จำหน่ายให้ลูกค้าไม่ต้องนำมาเอง	3.70 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.45 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.25 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	4.05 (มาก)	3.22 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.5 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการรถรับส่งลูกค้า	3.65 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.33 (น้อย)	2.94 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	4.00 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.31 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.63 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.04 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดสะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านมีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่
ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	125	62.50	52	26.00	9	4.50	-	-	14	7.00	200	4.37	มาก
ห้องนวด พูกหรือเตียงและหมอน สะอาด	125	62.50	39	19.50	9	4.50	-	-	27	13.50	200	4.18	มาก
แอร์เย็น	104	52.00	57	28.50	19	9.50	2	1.00	18	9.00	200	4.14	มาก
บรรยากาศภายในห้องนวดดี	95	47.50	52	26.00	11	5.50	4	2.00	38	19.00	200	3.81	มาก
เงียบ ไม่มีเสียงอึกทัก	82	41.00	65	32.50	12	6.00	1	0.50	40	20.00	200	3.74	มาก
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องแอร์และพัดลม	71	35.50	51	25.50	24	12.00	1	0.50	53	26.50	200	3.43	น้อย
มีห้องนวดจำนวนมาก ไม่ต้องนั่งรอ	95	47.50	49	24.50	15	7.50	2	1.00	39	19.50	200	3.80	มาก
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องเดี่ยว ห้องคู่ และหลายเตียง	85	42.50	53	26.50	14	7.00	3	1.50	45	22.50	200	3.65	มาก
มีห้องนวดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ ที ห้องธรรมดา	76	38.00	53	26.50	24	12.00	2	1.00	46	22.50	200	3.57	มาก
ห้องนวดเป็นส่วน มิดชิด มีความเป็นส่วนตัวดี	88	44.00	59	29.50	13	6.50	4	2.00	36	18.00	200	3.80	มาก
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายปลอดภัย เพียงพอ	84	42.00	59	29.50	17	8.50	2	1.00	38	19.00	200	3.75	มาก
ห้องนวดสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	79	39.50	63	31.50	16	8.00	3	1.50	39	19.50	200	3.70	มาก
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน การคมนาคมสะดวก สามารถไปได้ง่าย	67	33.50	39	19.50	30	15.00	11	5.50	53	26.50	200	3.28	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	1,176	42.00	691	24.70	213	7.60	35	1.20	685	24.50	2,800	3.59	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านสถานที่แต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน ยกเว้นด้านมีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องแอร์และพัดลม และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมสะดวกสามารถไปได้ง่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและเขต

ปัจจัยด้านสถานที่	เขต																	
	ชาย						หญิง											
	มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้องนวดกว้างขวาง	96	48.00	42	21.00	7	3.50	-	-	29	14.50	10	5.00	2	1.00	-	-	4	2.00
ห้องนวด ทุกหรือเตียงและหมอนสะอาด	91	45.50	34	17.00	6	3.00	-	-	34	17.00	5	2.50	3	1.50	-	-	3	1.50
แอร์เย็น	87	43.50	42	21.00	14	7.00	2	1.00	17	8.50	15	7.50	5	2.50	-	-	8	4.00
บรรยากาศภายในห้องนวดดี	75	37.50	38	19.00	10	5.00	2	1.00	20	10.00	14	7.00	1	0.50	2	1.00	8	4.00
เสียง ไม่มีเสียงฉีกกึก	69	34.50	45	22.50	10	5.00	-	-	13	6.50	20	10.00	2	1.00	1	0.50	9	4.50
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องแข็งและพัดลม	58	29.00	32	16.00	20	10.00	1	0.50	13	6.50	19	9.50	4	2.00	-	-	9	4.50
มีห้องนวดจำนวนมากไม่ห้องนวด	74	37.00	34	17.00	13	6.50	1	0.50	21	10.50	15	7.50	2	1.00	1	0.50	6	3.00
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียง	69	34.50	38	19.00	12	6.00	3	1.50	16	8.00	15	7.50	2	1.00	-	-	12	6.00
มีห้องนวดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้อง วี ไล ที ห้องธรรมชาติ	63	31.50	39	19.50	18	9.50	1	0.50	13	6.50	14	7.00	6	3.00	1	0.50	11	5.50
ห้องนวดเป็นสัดส่วนดี มีความเป็นส่วนตัว	75	37.50	41	20.50	7	3.50	3	1.50	13	6.50	18	9.00	6	3.00	1	0.50	7	3.50
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย เพียงพอ	68	34.00	40	20.00	15	7.50	1	0.50	16	8.00	19	9.50	2	1.00	1	0.50	7	3.50
ห้องนวดสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	62	31.00	46	23.00	12	6.00	2	1.00	17	8.50	17	8.50	4	2.00	1	0.50	6	3.00
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมสะดวก สามารถไปได้ง่าย	55	27.50	25	12.50	27	13.50	4	2.00	12	6.00	14	7.00	3	1.50	7	3.50	9	4.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	942	33.64	496	17.71	171	6.11	20	0.71	234	8.36	195	6.96	42	1.50	15	0.54	144	5.14

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย ค่าเฉลี่ย	หญิง ค่าเฉลี่ย
ห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)
ห้องนวด พูกหรือเตียงและหมอน สะอาด	4.08 (มาก)	4.49 (มาก)
แอร์เย็น	4.25 (มาก)	3.73 (มาก)
บรรยากาศภายในห้องนวดดี	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)
เงียบ ไม่มีเสียงอึกทึก	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องแอร์และพัดลม	3.38 (น้อย)	3.60 (มาก)
มีห้องนวดจำนวนมากไม่ต้องนั่งรอ	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องเดี่ยวห้องคู่และหลายเตียง	3.69 (มาก)	3.51 (มาก)
มีห้องนวดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้อง วี ไอ พี ห้องธรรมดา	3.62 (มาก)	3.38 (น้อย)
ห้องนวดเป็นสัดส่วนมีคิวด มีความเป็นส่วนตัว	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย เพียงพอ	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)
ห้องน้ำสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.72 (มาก)	3.84 (มาก)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้านการคมนาคมสะดวก สามารถไปได้ง่าย	3.28 (น้อย)	3.29 (น้อย)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวด พูกหรือเตียงและหมอน สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนัดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ(ปี)																								
	ต่ำกว่า 20						21 - 30						31 - 40												
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญ							
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
ห้องนวดกว้างขวาง ไม่เอื้ออำนวย	1	0.50	3	1.50	-	-	21	10.50	16	8.00	6	3.00	-	-	67	33.50	19	9.50	2	1.00	-	-	5	2.50	
ห้องนวด ทุุกหรือเตียงและหมอนสะอาด	2	1.00	1	0.50	-	-	30	15.00	9	4.50	3	1.50	-	-	63	31.50	16	8.00	3	1.50	-	-	11	5.50	
เตียงเย็น	1	0.50	-	-	2	1.00	1	0.50	13	6.50	19	9.50	7	3.50	55	27.50	23	11.00	7	3.50	-	-	8	4.00	
บรรยากาศภายในห้องนวดดี	1	0.50	-	-	2	1.00	1	0.50	15	7.50	21	10.50	3	1.50	55	27.50	17	8.50	5	2.50	-	-	1	0.50	
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องนวดและหัตถ์นวด	1	0.50	1	0.50	2	1.00	-	-	13	6.50	22	11.00	5	2.50	49	24.50	24	12.00	4	2.00	-	-	16	8.00	
มีห้องนวดจำนวนมากกว่าห้องนวด	1	0.500	-	-	3	1.50	-	-	9	4.50	17	8.50	10	5.00	42	21.00	19	9.500	9	4.50	-	-	23	11.50	
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องนวด ห้องนวดและหัตถ์นวด	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	18	9.00	16	8.00	4	2.00	52	26.00	19	9.50	6	3.00	-	-	15	7.50	
มีห้องนวดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้อง วิ โอ ที ห้องธรรมชาติ	1	0.50	-	-	3	1.50	-	-	14	7.00	16	8.00	4	2.00	50	25.00	17	8.50	8	4.00	-	-	18	9.00	
ห้องนวดเป็นส่วนตัว มีความเป็นส่วนตัว	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	18	9.00	17	8.50	5	2.50	51	25.50	19	9.50	5	2.50	-	-	17	8.50	
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายเพียงพอ	1	0.50	-	-	2	1.00	1	0.50	17	8.50	16	8.00	5	2.50	45	22.50	25	12.50	8	4.00	-	-	15	7.500	
ห้องนวดสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	16	8.00	17	8.50	6	3.00	41	20.50	28	14.00	7	3.50	-	-	1	0.50	
สถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ทำงานหรือบ้าน ความสะดวกสบายไม่ยุ่งยาก	1	0.50	-	-	2	1.00	1	0.50	11	5.50	11	5.50	10	5.00	41	20.50	15	7.50	14	7.00	-	-	1	0.50	
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	14	0.50	9	0.32	22	0.79	7	0.25	4	0.14	206	7.36	216	7.71	659	23.54	259	9.21	87	3.11	6	0.21	292	10.43	

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.47 (มาก)	4.00 (มาก)
ห้องนวด พูกหรือเตียงและหมอน สะอาด	4.25 (มาก)	4.40 (มาก)	4.29 (มาก)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
แอร์เย็น	3.25 (น้อย)	3.76 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
บรรยากาศภายในห้องนวดดี	3.25 (น้อย)	3.89 (มาก)	4.03 (มาก)	3.48 (มาก)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เสียง ไม่มีเสียงอึกทึก	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	3.97 (มาก)	3.21 (น้อย)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องแอร์และพัดลม	3.75 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.12 (น้อย)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีห้องนวดจำนวนมากไม่ต้องนั่งรอ	3.50 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียง	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)
มีห้องนวดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้อง วี ไอ พี ห้องธรรมดา	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.82 (มาก)	3.24 (น้อย)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ห้องนวดเป็นสัดส่วนมีคนดี มีความเป็นส่วนตัว	3.25 (น้อย)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย เพียงพอ	3.50 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.53 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ห้องน้ำสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.50 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.53 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือบ้าน การคมนาคมสะดวก สามารถไปได้ง่าย	3.25 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.56 (มาก)	2.74 (น้อย)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.39 (น้อย)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	3.28 (น้อย)	3.45 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20

ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย และห้องนวด พุกหรือเตียงและหมอน สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 21 - 30 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวด พุกหรือเตียงและหมอน สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย และแอร์เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านแอร์เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริจาค จำแนกตามบัญชีด้านสถานที่ที่มีทรัพย์สินในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและอาชีพ

บัญชีด้านสถานที่	ผู้บริจาค												พนักงานบริษัทเอกชน												พนักงานรัฐวิสาหกิจ											
	มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ				มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
ห้องสมุดข้างทาง ไม่มีติด สะอาดสบาย	26	13.00	7	3.50	-	-	-	-	4	2.00	24	12.00	19	9.50	3	1.50	-	-	3	1.50	30	15.00	16	8.00	2	1.00	-	-	1	0.50						
ห้องสมุด ทุ่งศรีเมืองและหนองเต่า	23	11.50	7	3.50	1	0.50	-	6	3.00	28	14.00	15	7.50	2	1.00	-	-	4	2.00	28	13.00	13	6.50	1	0.50	-	-	9	4.50							
ศูนย์อื่น	26	13.00	6	3.00	2	1.00	-	3	1.50	19	9.50	22	11.00	6	3.00	-	-	2	1.00	27	13.50	16	8.00	4	2.00	-	-	2	1.00							
บรรยากาศภายในห้องสมุดดี	21	10.50	9	4.50	-	-	-	7	3.50	17	8.50	23	11.50	2	1.00	-	-	-	-	7	3.50	23	11.50	10	5.00	4	2.00	-	-	12	6.00					
เสียง ไม่มีเสียงรบกวน	21	10.50	9	4.50	-	-	-	7	3.50	12	6.00	28	13.00	4	2.00	-	-	-	-	7	3.50	21	10.50	12	6.00	4	2.00	-	-	12	6.00					
มีห้องสมุดให้เด็กทั้งห้องสมุดและวัดสง	18	9.00	8	4.00	2	1.00	-	9	4.50	13	6.50	17	8.50	8	4.00	-	-	-	-	11	5.50	19	9.50	10	5.00	6	3.00	-	-	14	7.00					
มีห้องสมุดจำนวนมากไม่ได้อ่าง	23	11.50	7	3.50	-	-	-	7	3.50	18	9.00	16	8.00	4	2.00	1	0.50	10	5.00	22	11.00	13	6.50	2	1.00	-	-	12	6.00							
มีห้องสมุดให้เด็กทั้งห้องสมุด	20	10.00	7	3.50	-	-	-	10	5.00	13	6.50	18	9.00	5	2.50	2	1.00	11	5.50	23	11.50	11	5.50	3	1.50	-	-	12	6.00							
มีห้องสมุดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ ที ห้องรวม	19	9.50	10	5.00	2	1.00	-	6	3.00	10	5.00	18	9.00	10	5.00	1	0.50	10	5.00	20	10.00	10	5.00	5	2.50	-	-	14	7.00							
ห้องสมุดมีนิสัยส่วนตัวดี มีความเป็นส่วนตัวดี	20	10.00	9	4.50	1	0.50	-	7	3.50	14	7.00	21	10.50	4	2.00	2	1.00	8	4.00	25	12.50	13	6.50	2	1.00	-	-	9	4.50							
มีสถานที่จอดรถสะดวกมาก มีรถรับ-ส่งฟรี	19	9.50	9	4.50	2	1.00	-	7	3.50	13	6.50	21	10.50	7	3.50	1	0.50	7	3.50	24	12.00	12	6.00	2	1.00	-	-	11	5.50							
ห้องสมุดสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	18	9.00	8	4.00	4	2.00	-	7	3.50	14	7.00	23	11.50	5	2.50	-	-	7	3.50	21	10.50	14	7.00	2	1.00	-	-	12	6.00							
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับงานเขียน การอ่าน และออก สดุดอกที่ไม่ได้งั้น	13	6.50	10	5.00	3	1.50	2	1.00	9	4.50	11	5.50	11	5.50	13	6.50	2	1.00	12	6.00	19	9.50	11	5.50	6	3.00	-	-	13	6.50						
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-						
รวม	267	9.54	106	3.79	17	0.61	2	0.07	126	4.50	208	7.36	250	8.93	73	2.61	9	0.32	148	5.29	300	10.71	161	5.75	43	1.54	-	-	182	6.50						

ปัจจัยด้านสถานที่	ประเภทธุรกิจส่วนอื่น												อื่นๆ											
	มากที่สุด				มาก				น้อยที่สุด				มากที่สุด				มาก				น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ห้องสมุดห้องสมุด ไม่ยึดติด และหลากหลาย	34	17.00	7	3.50	3	1.50	-	-	5	2.50	11	5.50	3	1.50	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-		
ห้องสมุด ปลูกพืชเลี้ยงและสวนเกษตร	36	18.00	2	1.00	4	2.00	-	-	7	3.50	12	6.00	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	-	-		
แอร์บี้	26	13.00	9	4.50	5	2.50	1	0.50	8	4.00	6	3.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	3	1.50	-	-		
บรรยากาศภายในห้องสมุด	29	14.50	4	2.00	4	2.00	2	1.00	10	5.00	5	2.50	6	3.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	-	-		
เสียง ไม่เสียงอึกทึก	25	12.50	9	4.50	3	1.50	1	0.50	11	5.50	3	1.50	9	4.50	1	0.50	-	-	3	1.50	-	-		
มีห้องสมุดให้เลือกทั้งห้องแอร์และที่คลุม	19	9.50	7	3.50	6	3.00	-	-	17	8.50	2	1.00	9	4.50	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-		
มีห้องสมุดจำนวนมากไม่ห้องง่าง	27	13.50	7	3.50	6	3.00	1	0.50	8	4.00	5	2.50	6	3.00	3	1.50	-	-	2	1.00	-	-		
มีห้องสมุดให้เลือกทั้งห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียง	24	12.00	11	5.50	4	2.00	1	0.50	9	4.50	5	2.50	6	3.00	2	1.00	-	-	3	1.50	-	-		
มีห้องสมุดหลายระดับไม่ปรับอากาศความดีองการ เช่น ห้อง วี โย พี ห้องรวมคา	21	10.50	12	6.00	3	1.50	1	0.50	12	6.00	6	3.00	3	1.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-		
ห้องสมุดเป็นสัดส่วนที่ดี มีความเป็นส่วนตัวดี	26	13.00	8	4.00	3	1.50	2	1.00	10	5.00	3	1.50	8	4.00	3	1.50	-	-	2	1.00	-	-		
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย สะอาด	21	10.50	13	6.50	3	1.50	1	0.50	11	5.50	7	3.50	4	2.00	3	1.50	-	-	2	1.00	-	-		
ห้องนั่งเล่น มีให้บริการอย่างเพียงพอ	21	10.50	9	4.50	4	2.00	3	1.50	12	6.00	5	2.50	9	4.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
สถานที่ตั้งอยู่ในที่ทำงานหรือบ้าน ภายนอกชุมชน	20	10.00	3	1.50	4	2.00	5	2.50	17	8.50	4	2.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	2	1.00	-	-		
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
รวม	329	117.5	101	3.61	52	1.86	18	0.64	186	6.64	74	2.64	73	2.61	28	1.00	6	0.21	43	1.54	-	-		

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้บริโภคผู้บริโภคนิยมทุกอาชีพยกเว้นผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการรวดเร็วปานกลาง ในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมาก ในระดับสำคัญมาก มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยด้านสถานที่	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.44 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ห้องนวด พูกหรือเตียงและหมอน สะอาด	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	3.96 (มาก)	4.22 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
แอร์เย็น	4.41 (มาก)	4.14 (มาก)	4.35 (มาก)	3.90 (มาก)	3.56 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
บรรยากาศภายในห้องนวดดี	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.63 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เงียบ ไม่มีเสียงอึกทึก	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	3.61 (มาก)	3.73 (มาก)	3.56 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องแอร์และพัดลม	3.70 (มาก)	3.43 (มาก)	3.41 (มาก)	3.22 (น้อย)	3.50 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีห้องนวดจำนวนมากไม่ต้องนั่งรอ	4.05 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีห้องนวดให้เลือกทั้งห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียง	3.73 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.63 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีห้องนวดหลายระดับให้บริการตามความต้องการ เช่น ห้อง วี ไล ที ห้องธรรมดา	3.97 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.45 (น้อย)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ห้องนวดเป็นสัดส่วนมีจุด มีความเป็นส่วนตัวดี	3.95 (มาก)	3.63 (มาก)	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีสถานที่จอดรถสะดวกสบาย บดอดภัย เพียงพอ	3.89 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)	3.88 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ห้องน้ำสะอาด มีให้บริการอย่างเพียงพอ	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)	3.49 (มาก)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมสะดวก สามารถไปได้ง่าย	3.43 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.47 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.38 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.74 (มาก)	3.52 (มาก)	3.59 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านแอร์เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวด พูกหรือเตียง และหมอน สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องนวดกว้างขวาง ไม่อึดอัด สะดวกสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
พนักงานนวดมีประสบการณ์ด้านชำนาญ มีมือและความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี	139	69.50	43	21.50	2	1.00	1	0.50	15	7.50	200	4.45	มาก
พนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส	121	60.50	51	25.50	3	1.50	1	0.50	24	12.00	200	4.22	มาก
พนักงานนวดสามารถอธิบายและแนะนำเรื่องนวดแผนโบราณได้เป็นอย่างดี	95	47.50	63	31.50	14	7.00	4	2.00	24	12.00	200	4.01	มาก
พนักงานนวดมีความสนใจในการให้บริการ	93	46.50	65	32.50	5	2.50	1	0.50	36	18.00	200	3.89	มาก
พนักงานนวดมีบุคลิกดี	80	40.00	53	26.50	17	8.50	3	1.50	47	23.50	200	3.58	มาก
พนักงานนวดมีความสุภาพและมารยาทดี	91	45.50	65	32.50	6	3.00	1	0.50	37	18.50	200	3.86	มาก
พนักงานนวดมีความซื่อสัตย์ ให้อ่างใจได้	96	48.00	61	30.50	6	3.00	1	0.50	36	18.00	200	3.90	มาก
พนักงานนวดแต่งกายเหมาะสมและสะอาด	93	46.50	64	32.00	5	2.50	3	1.50	35	17.50	200	3.89	มาก
พนักงานนวดมีความรับผิดชอบและรู้จักหน้าที่	87	43.50	58	29.00	12	6.00	1	0.50	42	21.00	200	3.74	มาก
พนักงานนวดมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	89	44.50	56	28.00	10	5.00	4	2.00	41	20.50	200	3.74	มาก
พนักงานนวดไม่ขอทิปจากลูกค้า	95	47.50	45	22.50	22	11.00	5	2.50	33	16.50	200	3.82	มาก
พนักงานนวดตรงต่อเวลา ไม่โกงเวลาลูกค้า บริการรวดเร็ว	100	50.00	48	24.00	14	7.00	2	1.00	36	18.00	200	3.87	มาก
พนักงานนวดให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน ไม่เลือกลูกค้า	94	47.00	50	25.00	15	7.50	3	1.50	38	19.00	200	3.80	มาก
พนักงานนวดมีการสื่อสารกับลูกค้าผู้ร้อง	70	35.00	63	31.50	20	10.00	5	2.50	42	21.00	200	3.57	มาก
พนักงานนวดพูดจาดี ใช้น้อยคำที่เหมาะสม	79	39.50	67	33.50	13	6.50	1	0.50	40	20.00	200	3.72	มาก
พนักงานนวดไม่พูดมากจนลูกค้ารำคาญ	95	47.50	50	25.00	12	6.00	3	1.50	40	20.00	200	3.79	มาก
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	1,517	44.60	902	26.50	176	5.20	39	1.10	766	22.50	3,400	3.70	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านบุคคลแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนมแม่ในปริมาณและเขต

ปัจจัยด้านบุคคล	บาท												หญิง															
	มาก				น้อย				ไม่สำคัญ				มากที่สุด				มาก				น้อย				ไม่สำคัญ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
พนักงานนมที่มีประสบการณ์ ความชำนาญมีประสบการณ์ในการ นมแม่เป็นอย่างดี	106	53.00	33	16.50	2	1.00	1	0.50	13	6.50	33	16.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1.00		
พนักงานนมที่มีประสบการณ์ดี มีทักษะเยี่ยมเยียนได้	95	47.50	36	18.00	3	1.50	1	0.50	20	10.00	26	13.00	15	7.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00			
พนักงานนมมีความรักใคร่และแนะนำเรื่องนมแม่เป็นอย่างดี	74	37.00	48	23.00	11	5.50	3	1.50	21	10.50	21	10.50	17	8.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50	1	0.50	3	1.50	3	1.50		
พนักงานนมมีความสนใจในการให้บริการ	73	36.50	46	23.00	3	1.50	1	0.50	32	16.00	20	10.00	19	9.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00			
พนักงานนมมีบุคลิกดี	65	32.50	39	19.50	10	5.00	3	1.50	38	19.00	15	7.50	14	7.00	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	9	4.50			
พนักงานนมมีความสุภาพและมารยาทดี	72	36.00	44	22.00	5	2.50	1	0.50	33	16.50	19	9.50	21	10.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00			
พนักงานนมมีความซื่อสัตย์ โปร่งใจได้	74	37.00	45	22.50	5	2.50	-	-	31	15.50	22	11.00	16	8.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	5	2.50			
พนักงานนมแสดงความห่วงใยและระมัดระวัง	70	35.00	48	24.00	3	1.50	2	1.00	32	16.00	23	11.50	16	8.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	3	1.50			
พนักงานนมมีความรับผิดชอบและรักหน้าที่	69	34.50	40	20.00	9	4.50	-	-	37	18.50	18	9.00	18	9.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	5	2.50			
พนักงานนมมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า	69	34.50	43	21.50	6	3.00	3	1.50	34	17.00	20	10.00	13	6.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	7	3.50			
พนักงานนมไม่ขี้อิจฉา	75	37.50	32	16.00	16	8.00	1	0.50	29	14.50	20	10.00	13	6.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00			
พนักงานนมอดทนอดกลั้น ไม่โกรธลูกค้าที่บริการไม่ดี	78	39.00	35	17.50	9	4.50	1	0.50	32	16.00	22	11.00	13	6.50	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00			
พนักงานนมให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน ไม่เลือกลูกค้า	72	36.00	34	17.00	13	6.50	2	1.00	34	17.00	22	11.00	16	8.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00			
พนักงานนมมีความรักใคร่กับลูกค้าที่สั่งซื้อ	66	33.00	43	21.50	16	8.00	3	1.50	37	18.50	14	7.00	20	10.00	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	5	2.50			
พนักงานนมพูดจาดี ใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม	61	30.50	48	24.00	11	5.50	-	-	35	17.50	16	8.00	19	9.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	5	2.50			
พนักงานนมไม่พูดจาหยาบคาย	74	37.00	36	18.00	10	5.00	1	0.50	34	17.00	21	10.50	14	7.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	6	3.00			
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	185	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50			
รวม	1,163	34.79	648	19.06	134	3.94	23	0.68	647	19.03	334	9.62	254	7.47	42	1.24	16	0.47	119	3.50	119	3.50	119	3.50	119	3.50		

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนมแม่ในปริมาณและเขตมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือก
ใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานนวดมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี	4.41 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
พนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความอึดแน่นแจ่มใส	4.19 (มาก)	4.31 (มาก)
พนักงานนวดสามารถอธิบายและแนะนำเรื่องนวดแผนโบราณได้เป็นอย่างดี	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานนวดมีความสนใจในการให้บริการ	3.82 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานนวดมีบุคลิกดี	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)
พนักงานนวดมีความสุขและมารยาทดี	3.78 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานนวดมีความซื่อสัตย์ ให้อาใจได้	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)
พนักงานนวดแต่งกายเหมาะสมและสะอาด	3.79 (มาก)	4.22 (มาก)
พนักงานนวดมีความรับผิดชอบและรู้จักหน้าที่	3.67 (มาก)	3.96 (มาก)
พนักงานนวดมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานนวดไม่ขอทิปจากลูกค้า	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
พนักงานนวดตรงต่อเวลา ไม่โกงเวลาลูกค้า บริการรวดเร็ว	3.81 (มาก)	4.07 (มาก)
พนักงานนวดให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกันไม่เลือกลูกค้า	3.70 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานนวดมีการสื่อสารกับลูกค้ารู้เรื่อง	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)
พนักงานนวดพูดจาดี ไร้ก้อยคำที่เหมาะสม	3.65 (มาก)	3.98 (มาก)
พนักงานนวดไม่พูดมากจนลูกค้ารำคาญ	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	ต่ำกว่า 20										21 - 30										31 - 40									
	มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	3	1.50	1	0.50	-	-	-	-	33	16.50	11	5.50	-	-	-	-	1	0.50	67	33.50	19	9.50	1	0.50	-	-	6	3.00		
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	2	1.00	2	1.00	-	-	-	27	13.50	16	8.00	1	0.50	-	-	1	0.50	56	28.00	23	11.50	-	-	-	-	12	6.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	3	1.50	1	0.50	-	-	-	16	8.00	17	8.50	5	2.50	2	1.00	5	2.50	53	26.50	22	11.00	6	3.00	1	0.50	11	5.50			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	2	1.00	2	1.00	-	-	-	22	11.00	16	8.00	2	1.00	-	-	5	2.50	50	25.00	25	12.50	1	0.50	1	0.50	16	8.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	3	1.50	1	0.50	-	-	-	16	8.00	10	5.00	10	5.00	1	0.50	8	4.00	48	24.00	21	10.50	4	2.00	1	0.50	19	9.50			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	2	1.00	2	1.00	-	-	-	20	10.00	17	8.50	1	0.50	1	0.50	6	3.00	53	26.50	25	12.50	2	1.00	-	-	13	6.50			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	3	1.50	1	0.50	-	-	-	23	11.50	16	8.00	2	1.00	1	0.50	3	1.50	51	25.50	26	13.00	2	1.00	-	-	14	7.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	3	1.50	1	0.50	-	-	-	23	11.50	16	8.00	1	0.50	2	1.00	3	1.50	47	23.50	28	14.00	3	1.50	1	0.50	14	7.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	2	1.00	2	1.00	-	-	-	18	9.00	15	7.50	5	2.50	1	0.50	6	3.00	47	23.50	23	11.50	5	2.50	-	-	18	9.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	4	2.00	-	-	-	-	-	22	11.00	11	5.50	3	1.50	2	1.00	7	3.50	44	22.00	22	11.00	7	3.50	2	1.00	18	9.00			
ลูกค้า	1	0.5	2	1.00	-	-	-	18	9.00	13	6.50	10	5.00	-	-	4	2.00	50	25.00	17	8.50	7	3.50	3	1.50	16	8.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	1	0.5	3	1.50	-	-	-	23	11.50	12	6.00	6	3.00	-	-	4	2.00	48	24.00	21	10.50	5	2.50	1	0.50	18	9.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	1	0.5	2	1.00	-	-	-	19	9.50	14	7.00	6	3.00	1	0.50	5	2.50	52	26.00	20	10.00	6	3.00	1	0.50	14	7.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	1	0.5	2	1.00	-	-	-	15	7.50	17	8.50	7	3.50	2	1.00	4	2.00	40	20.00	24	12.00	9	4.50	2	1.00	18	9.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	-	-	2	1.00	-	-	-	16	8.00	19	9.50	5	2.50	-	-	5	2.50	46	23.00	26	13.00	6	3.00	-	-	15	7.50			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	-	-	2	1.00	-	-	-	24	12.00	14	7.00	1	0.50	1	0.50	5	2.50	49	24.50	19	9.50	7	3.50	-	-	18	9.00			
พนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญที่มี และความชำนาญของแผนโบราณ	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50			
รวม	4	0.12	40	1.78	20	0.59	-	4	0.12	355	9.85	234	6.88	65	1.91	14	0.41	117	3.44	80	23.32	361	10.62	71	2.09	13	0.38	833	9.79	

ผู้บริโภครายต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก มากกว่าระดับอื่น ๆ
ผู้บริโภคราย 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก และไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการวางแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานขนาดมีประสบการณ์ ความชำนาญ มีมือและความรู้ในการวางแผนโบราณอย่างดี	3.75 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	3.87 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
พนักงานขนาดมีมนุษยสัมพันธ์ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส	3.50 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
พนักงานขนาดสามารถอธิบายและแนะนำเรื่องขนาดแผนโบราณได้เป็นอย่างดี	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	3.00 (น้อย)
พนักงานขนาดมีความสนใจในการให้บริการ	3.50 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดมีบุคลิกดี	3.75 (มาก)	3.56 (มาก)	3.84 (มาก)	3.12 (น้อย)	3.40 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)
พนักงานขนาดมีความสุภาพและมารยาทดี	3.50 (มาก)	3.98 (มาก)	4.13 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.27 (น้อย)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดมีความรอบคอบ ใจกว้างใจดี	3.75 (มาก)	4.22 (มาก)	4.08 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.40 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานขนาดแต่งกายเหมาะสมและสะอาด	3.75 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดมีความรับผิดชอบและรู้จักหน้าที่	3.50 (มาก)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานขนาดมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.77 (มาก)	3.48 (น้อย)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานขนาดไม่ร้อทไปจากลูกค้า	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.48 (น้อย)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดตรงต่อเวลา ไม่เียงเวลาลูกค้าบริการรวดเร็ว	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	3.86 (มาก)	3.57 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน ไม่เลือกลูกค้า	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)	3.26 (น้อย)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานขนาดมีการสื่อสารกับลูกค้ารู้เรื่อง	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.02 (น้อย)	3.53 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานขนาดพูดจาดี ใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม	3.50 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.14 (น้อย)	3.60 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานขนาดไม่พูดมากจนลูกค้ารำคาญ	3.50 (มาก)	4.13 (มาก)	3.87 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.59 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.57 (มาก)	2.71 (น้อย)

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการวางแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานขนาดตรงต่อเวลา ไม่เียงเวลาลูกค้า บริการรวดเร็ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานนวดสามารถอธิบายและแนะนำเรื่องนวดแผนโบราณได้เป็นอย่างดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี และพนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ มีความยิ้มแย้มแจ่มใส มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการรวดเร็วผ่านโปรแกรมแต่ละอาชีพ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ศึกษานาน												ศึกษานานหรือต่ำกว่า												พนักงานบริษัทเอกชน												พนักงานบริษัทห้าง											
	มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่สำคัญ			มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่สำคัญ			มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่สำคัญ								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	28	14.00	5	2.50	-	-	-	4	2.00	31	15.50	14	7.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	33	16.50	12	6.00	1	0.50	-	-	-	-	3	1.50												
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	26	13.00	7	3.50	-	-	-	4	2.00	30	15.00	13	6.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	5	2.50	31	15.50	9	4.50	1	0.50	-	-	-	-	6	3.00													
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	23	11.50	9	4.50	1	0.50	-	4	2.00	20	10.00	21	10.50	3	1.50	1	0.50	1	0.50	4	2.00	24	12.00	12	6.00	4	2.00	4	2.00	1	0.50	1	0.50	6	3.00													
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	22	11.00	8	4.00	-	-	1	0.50	6	3.00	18	9.00	23	11.50	1	0.50	-	-	-	-	7	3.50	23	11.50	12	6.00	1	0.50	-	-	-	-	13	6.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	20	10.00	8	4.00	2	1.00	-	-	7	3.50	16	8.00	14	7.00	7	3.50	1	0.50	1	0.50	11	5.50	22	11.00	11	5.50	3	1.50	-	-	-	-	13	6.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	21	10.50	10	5.00	-	-	-	-	6	3.00	17	8.50	21	10.50	-	-	-	-	-	-	10	5.00	23	11.50	11	5.50	2	1.00	-	-	-	-	13	6.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	21	10.50	9	4.50	-	-	-	-	7	3.50	18	9.00	22	11.00	1	0.50	-	-	-	-	8	4.00	27	13.50	9	4.50	2	1.00	-	-	-	-	11	5.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	20	10.00	10	5.00	-	-	-	-	7	3.50	17	8.50	24	12.00	-	-	-	-	-	-	7	3.50	25	12.50	8	4.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	13	6.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	20	10.00	10	5.00	1	0.50	-	-	6	3.00	16	8.00	19	9.50	3	1.50	-	-	-	-	11	5.50	22	11.00	11	5.50	3	1.50	-	-	-	-	13	6.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	19	9.50	9	4.50	1	0.50	1	0.50	7	3.50	17	8.50	19	9.50	3	1.50	1	0.50	1	0.50	9	4.50	24	12.00	11	5.50	4	2.00	-	-	-	-	10	5.00														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	20	10.00	10	5.00	2	1.00	-	-	5	2.50	13	6.50	14	7.00	10	5.00	2	1.00	2	1.00	10	5.00	26	13.00	9	4.50	6	3.00	-	-	-	-	8	4.00														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	19	9.50	7	3.50	3	1.50	-	-	6	3.00	15	7.50	16	8.00	6	3.00	2	1.00	2	1.00	10	5.00	31	15.50	5	2.50	2	1.00	-	-	-	-	11	5.50														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	24	12.00	6	3.00	1	0.50	-	-	6	3.00	13	6.50	19	9.50	6	3.00	2	1.00	2	1.00	9	4.50	26	13.00	8	4.00	3	1.50	-	-	-	-	12	6.00														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	16	8.00	11	5.50	-	-	1	0.50	7	3.50	13	6.50	20	10.00	8	4.00	-	-	-	-	8	4.00	19	9.50	14	7.00	4	2.00	-	-	-	-	12	6.00														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	17	8.50	11	5.50	1	0.50	1	0.50	7	3.50	12	6.00	26	13.00	3	1.50	-	-	-	-	8	4.00	23	11.50	11	5.50	3	1.50	-	-	-	-	12	6.00														
พนักงานองค์กรมีระบบการนำความก้าวหน้าที่มีประสิทธิภาพและในภาคอย่างดี	16	8.00	11	5.50	1	0.50	1	0.50	6	3.00	21	10.50	16	8.00	2	1.00	2	1.00	2	1.00	6	3.00	25	12.50	9	4.50	3	1.50	-	-	-	-	12	6.00														
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50														
รวม	336	9.88	141	4.15	13	0.38	5	0.15	134	3.94	287	8.44	301	8.85	54	1.59	13	0.38	178	5.24	404	11.88	162	4.75	44	1.28	2	0.06	221	6.50	221	6.50	221	6.50														

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีวะ

ปัจจัยส่วนบุคคล	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานเขตมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความเข้าใจในทฤษฎีนวดแผนโบราณอย่างดี	4.43 (มาก)	4.39 (มาก)	4.47 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีบุคลิกสัมพันธดี มีความยิ้มแย้มแจ่มใส	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตสามารถอธิบายและแนะนำถึงทฤษฎีนวดแผนโบราณได้เป็นอย่างดี	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีความสนใจในภาระให้บริการ	4.05 (มาก)	3.92 (มาก)	3.65 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีบุคลิกดี	3.92 (มาก)	3.47 (มาก)	3.59 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.69 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีความสุภาพและเมตตา	4.08 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีความซื่อสัตย์ ใจกว้างใจดี	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตแต่งกายเหมาะสมและสะอาด	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีความเห็นชอบและรู้จักหน้าที่	4.03 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตไม่รอทักไปจากลูกค้า	4.08 (มาก)	3.37 (น้อย)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตตรงต่อเวลา ไม่เียงเวลาลูกค้าบริการรวดเร็ว	3.78 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.92 (มาก)	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกันไม่เลือกลูกค้า	4.14 (มาก)	3.51 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	4.19 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตมีการสื่อสารกับลูกค้าผู้ร้อง	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.63 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตพูดจาดี ใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม	3.81 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานเขตไม่พูดมากจนลูกค้ารำคาญ	3.92 (มาก)	3.62 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.86 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานเขตมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ และความเข้าใจในทฤษฎีนวดแผนโบราณอย่างดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยด้านการบริการ	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มีผลมากที่สุด		มีผลมาก		มีผลน้อย		มีผลน้อยที่สุด		ไม่มีผล				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
มีจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	96	48.00	55	27.50	11	5.50	1	0.50	37	18.50	200	3.86	มาก
ผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า	104	52.00	62	31.00	8	4.00	3	1.50	23	11.50	200	4.11	มาก
ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน	104	52.00	62	31.00	8	4.00	1	0.50	25	12.50	200	4.10	มาก
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	77	38.50	65	32.50	9	4.50	2	1.00	47	23.50	200	3.62	มาก
ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	75	37.50	71	35.50	9	4.50	-	-	45	22.50	200	3.66	มาก
มีความปลอดภัย	93	46.50	57	28.50	8	4.00	-	-	42	21.00	200	3.80	มาก
ให้ความเชื่อมั่นด้านบริการ	78	39.00	65	32.50	8	4.00	1	0.50	48	24.00	200	3.62	มาก
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้ามีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	66	33.00	72	36.00	12	6.00	2	1.00	48	24.00	200	3.53	มาก
เวลาทำการงานทำให้ลูกค้ารับบริการได้เต็มที่	78	39.00	57	28.50	11	5.50	3	1.50	51	25.50	200	3.54	มาก
มีระยะเวลาเปิด-ปิดแน่นอน	83	41.50	57	28.50	12	6.00	2	1.00	46	23.00	200	3.65	มาก
มีการรับบัตรเครดิต	72	36.00	46	23.00	18	9.00	7	3.50	57	28.50	200	3.35	น้อย
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินเร็วและไม่ผิด	67	33.50	55	27.50	20	10.00	6	3.00	52	26.00	2	3.40	น้อย
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องคอยนาน	74	37.00	76	38.00	8	4.00	2	1.00	38	19.00	200	3.74	มาก
พนักงานต้อนรับพูดจาดี ใช้คำพูดที่เหมาะสม	86	43.00	66	33.00	10	5.00	-	-	38	19.00	200	3.81	มาก
พนักงานต้อนรับพูดรู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าเข้าใจ	88	44.00	63	31.50	8	4.00	3	1.50	38	19.00	200	3.80	มาก
พนักงานต้อนรับแต่งตัวเรียบร้อย สะอาด	89	44.50	57	28.50	10	5.00	3	1.50	41	20.50	200	3.75	มาก
พนักงานต้อนรับบุคลิกดี	87	43.50	47	23.50	14	7.00	3	1.50	49	24.50	200	3.60	มาก
พนักงานต้อนรับไม่รอกิจจากลูกค้า	90	45.00	47	23.50	18	9.00	6	3.00	39	19.50	200	3.72	มาก
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	1,507	39.70	1,082	28.50	202	5.30	45	1.20	964	25.30	3,800	3.56	มาก

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านการบริการแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน ยกเว้นด้านมีการรับบัตรเครดิต และพนักงานแคชเชียร์คิดเงินเร็วและไม่ผิด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกรับบริการหมวดแผนโบราณแต่ละเขต

ปัจจัยด้านการบริการ	ชาย												หญิง														
	มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			มากที่สุด			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่สำคัญ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มีจำนวนพนักงานอยู่ที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	71	35.50	39	19.50	10	5.00	1	0.50	34	17.00	25	12.50	16	8.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1.50	
ผู้ให้บริการที่ทำงานได้มีกรอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า	79	39.50	48	24.00	6	3.00	3	1.50	19	9.50	25	12.50	14	7.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	
ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน	78	39.00	48	24.00	7	3.50	1	0.50	21	10.50	26	13.00	14	7.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00		
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	58	29.00	47	23.50	8	4.00	2	1.00	40	20.00	19	9.50	18	9.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	7	3.50		
ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	59	29.50	52	26.00	6	4.00	-	-	36	18.00	16	8.00	19	9.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	9	4.50		
มีความปลอดภัย	71	35.50	40	20.00	8	4.00	-	-	36	18.00	22	11.00	17	8.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	3.00		
ให้ความเชื่อมั่นแก่บริการ	61	30.50	47	23.50	5	2.50	1	0.50	41	20.50	17	8.50	18	9.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	7	3.50		
การคิดค่าธรรมเนียมที่พนักงานและลูกค้ามีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	55	27.50	51	25.50	7	3.50	1	0.50	41	20.50	11	5.50	21	10.50	5	2.50	1	0.50	-	-	-	-	-	7	3.50		
เวลาทำงานทำให้ลูกค้ารับบริการได้เต็มที่	59	29.50	42	21.00	9	4.50	2	1.00	43	21.50	19	9.50	15	7.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	8	4.00
มีระบบคิวเปิด - ปิดแน่นอน	61	30.50	42	21.00	12	6.00	1	0.50	39	19.50	22	11.00	15	7.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	7	3.50
มีกรรับร้องทุกข์	58	29.00	33	16.50	14	7.00	6	3.00	44	22.00	14	7.00	13	6.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	13	6.50
พนักงานเคยเขียนความคิดเห็นและไม่ผิด	56	28.00	35	17.50	16	8.00	5	2.50	43	21.50	11	5.50	20	10.00	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	9	4.50
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็วและดี	62	31.00	52	26.00	6	3.00	2	1.00	33	16.50	12	6.00	26	13.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	5	2.50	
พนักงานต้อนรับพูดจาดี ใช้คำพูดที่ไพเราะ	67	33.50	45	22.50	9	4.50	-	-	34	17.00	19	9.50	21	10.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	
พนักงานต้อนรับพูดจาดี สดวกกับลูกค้าเข้าใจ	69	34.50	44	22.00	7	3.50	3	1.50	32	16.00	19	9.50	19	9.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	6	3.00		
พนักงานต้อนรับแต่งตัว สวมใส่สะอาด	71	35.50	39	19.50	9	4.50	3	1.50	33	16.50	19	9.50	18	9.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	8	4.00	
พนักงานต้อนรับสุภาพดี	69	34.50	32	16.00	11	5.50	3	1.50	40	20.00	18	9.00	15	7.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	9	4.50	
พนักงานต้อนรับไม่ชอบปรากฏหน้า	69	34.50	32	16.00	16	8.00	4	2.00	34	17.00	21	10.50	15	7.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	2	1.00	5	2.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50	
รวม	1,173	30.87	768	20.21	168	4.42	39	1.00	798	21.00	334	8.78	314	8.28	34	0.89	7	0.18	-	-	-	-	-	-	166	4.37	

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกรับบริการหมวดแผนโบราณ ในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยด้านการบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	3.72 (มาก)	4.33 (มาก)
ผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)
ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.04 (มาก)	4.29 (มาก)
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.52 (มาก)	3.93 (มาก)
ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)
มีความปลอดภัย	3.71 (มาก)	4.09 (มาก)
ให้ความเชื่อมั่นด้านบริการ	3.55 (มาก)	3.84 (มาก)
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้ามีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	3.50 (มาก)	3.62 (มาก)
เวลาทำการนานทำให้ลูกค้ารับบริการได้เต็มที่	3.46 (น้อย)	3.80 (มาก)
มีระยะเวลาเปิด - ปิดแน่นอน	3.55 (มาก)	3.98 (มาก)
มีการรับบัตรเครดิต	3.35 (น้อย)	3.31 (น้อย)
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินเร็วและไม่ผิด	3.36 (น้อย)	3.51 (มาก)
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องคอยนาน	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)
พนักงานต้อนรับพูดจาดี ใช้คำพูดที่เหมาะสม	3.72 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานต้อนรับพูดรู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าเข้าใจ	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานต้อนรับแต่งตัวเรียบร้อย สะอาด	3.72 (มาก)	3.84 (มาก)
พนักงานต้อนรับบุคลิกดี	3.56 (มาก)	3.73 (มาก)
พนักงานต้อนรับไม่ขอทิปจากลูกค้า	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)

ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ใช้บริการหมวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านการบริการ	อายุ(ปี)																									
	ต่ำกว่า 20						21 - 30						31 - 40													
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ											
มีจุดให้บริการที่ให้บริการทั้งกลางวันและกลางคืน	2	1.00	2	1.00	-	-	17	8.50	21	10.50	4	2.00	-	-	3	1.50	54	27.00	17	8.50	6	3.00	-	-	16	8.00
ผู้บริการและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า	1	0.50	2	1.00	-	-	22	11.00	17	8.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	53	26.50	26	13.00	4	2.00	1	0.50	9	4.50
ให้ความสำคัญกับลูกค้าเหมือนกัน	1	0.50	3	1.50	-	-	20	10.00	15	7.50	4	2.00	-	-	6	3.00	51	25.50	28	14.00	3	1.50	1	0.50	10	5.00
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	1	0.50	2	1.00	-	-	16	8.00	19	9.50	1	0.50	1	0.50	6	3.00	40	20.00	31	15.50	3	1.50	-	-	19	9.50
ให้บริการอย่างเหมาะสม	1	0.50	2	1.00	-	-	15	7.50	19	9.50	2	1.00	-	-	9	4.50	41	20.50	31	15.50	4	2.00	-	-	17	8.50
มีความปลอดภัย	1	0.50	2	1.00	-	-	25	12.50	11	5.50	3	1.50	-	-	6	3.00	48	24.00	27	13.50	1	0.50	-	-	17	8.50
ให้ความเชื่อมั่นด้านบริการ	1	0.50	2	1.00	-	-	16	8.00	19	9.50	3	1.50	1	0.50	6	3.00	43	21.50	26	13.00	3	1.50	-	-	21	10.50
การติดต่อสอบถามพนักงานและลูกค้าที่มีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	1	0.50	2	1.00	-	-	12	6.00	19	9.50	5	2.50	1	0.50	8	4.00	40	20.00	28	14.00	4	2.00	1	0.50	20	10.00
บุคลากรที่ทำงานทำให้ลูกค้าใช้บริการได้เต็มที่	1	0.50	2	1.00	-	-	16	8.00	16	7.50	3	1.50	2	1.00	0	0.00	43	21.50	19	9.50	7	3.50	1	0.50	23	11.50
มีระบบลดราคา - ปิดแฉง	1	0.50	2	1.00	-	-	16	8.00	15	7.50	5	2.50	-	-	9	4.50	48	24.00	18	9.00	6	3.00	1	0.50	19	9.50
มีการรับบริการรวดเร็ว	1	0.50	2	1.00	-	-	15	7.50	12	6.00	6	3.00	1	0.50	11	5.50	39	19.50	20	10.00	7	3.50	3	1.50	24	12.00
พนักงานเคยเผชิญกับลูกค้าและไม่มีผิด	1	0.50	2	1.00	-	-	14	7.00	16	8.00	6	3.00	2	1.00	7	3.50	38	19.00	23	11.50	5	2.50	3	1.50	24	12.00
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็วและดี	1	0.50	2	1.00	-	-	15	7.50	18	9.00	6	3.00	1	0.50	5	2.50	43	21.50	31	15.50	1	0.50	1	0.50	17	8.50
พนักงานต้อนรับลูกค้าที่ใช้คำพูดที่ไพเราะ	1	0.50	2	1.00	-	-	21	10.50	16	8.00	4	2.00	-	-	4	2.00	47	23.50	23	11.50	5	2.50	-	-	18	9.00
พนักงานต้อนรับลูกค้าที่ใจดี	1	0.50	2	1.00	-	-	16	8.00	20	10.00	3	1.50	1	0.50	5	2.50	50	25.00	20	10.00	3	1.50	2	1.00	18	9.00
พนักงานต้อนรับลูกค้าที่บริการดี	1	0.50	2	1.00	-	-	20	10.00	14	7.00	4	2.00	1	0.50	6	3.00	47	23.50	23	11.50	3	1.50	2	1.00	18	9.00
พนักงานต้อนรับลูกค้าที่บริการดี	1	0.50	2	1.00	-	-	15	7.50	16	8.00	6	3.00	1	0.50	7	3.50	46	23.00	18	9.00	5	2.50	2	1.00	22	11.00
พนักงานต้อนรับลูกค้าที่บริการดี	1	0.50	2	1.00	-	-	16	8.00	15	7.50	8	4.00	1	0.50	5	2.50	50	25.00	16	8.00	6	3.00	2	1.00	19	9.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	19	0.90	37	0.87	16	0.42	307	8.08	297	7.82	75	1.97	14	0.37	162	4.28	821	21.61	426	11.21	76	2.00	20	0.53	424	11.16

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านการบริการ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	4.50 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.40 (น้อย)	4.00 (มาก)
ผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.22 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.25 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	3.93 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.12 (น้อย)	3.60 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.85 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีความปลอดภัย	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	3.96 (มาก)	3.17 (น้อย)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)
ให้ความเชื่อมั่นด้านบริการ	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.26 (น้อย)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้ามีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.10 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เวลาทำการนานทำให้ลูกค้ารับบริการได้เต็มที่	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีระยะเวลาเปิด - ปิดแน่นอน	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.82 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.40 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีการรับบัตรเครดิต	4.00 (มาก)	3.42 (น้อย)	3.51 (มาก)	2.90 (น้อย)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินเร็วและไม่ผิด	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.52 (มาก)	2.95 (น้อย)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องคอยนาน	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.24 (น้อย)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับพูดจาดี ใช้คำพูดที่เหมาะสม	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)	3.87 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับพูดรู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าเข้าใจ	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.52 (มาก)	3.87 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับแต่งตัวเรียบร้อย สะอาด	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)	3.52 (มาก)	3.40 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับบุคลิกดี	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับไม่ขอทิปจากลูกค้า	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.82 (มาก)	3.62 (มาก)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.25 (น้อย)	3.41 (น้อย)	1.32 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า

20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการอย่างเพียงพอ และมีความปลอดภัย มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4Z แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการรวดเร็วและดีชีพ

ปัจจัยด้านการบริการ	ข้าราชการ												พนักงานส่วนกลาง												พนักงานส่วนท้องถิ่น											
	มาก				น้อยที่สุด				ไม่สำคัญ				มาก				น้อยที่สุด				ไม่สำคัญ				มาก				น้อยที่สุด				ไม่สำคัญ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
มีจำนวนพนักงานองค์การบริการส่วนท้องถิ่น	22	11.00	8	4.00	1	0.50	-	-	6	3.00	18	9.00	16	8.00	5	2.50	1	0.50	9	4.50	21	10.50	15	7.50	1	0.50	-	-	12	6.00						
ผู้บริการและพนักงานองค์การบริการส่วนท้องถิ่น	20	10.00	11	5.50	1	0.50	-	-	5	2.50	21	10.50	17	8.50	3	1.50	2	1.00	6	3.00	25	12.50	18	9.00	1	0.50	1	0.50	4	2.00						
ความถี่ในการให้บริการ	22	11.00	11	5.50	1	0.50	-	-	3	1.50	22	11.00	18	9.00	5	2.50	-	-	4	2.00	21	10.50	19	9.50	-	-	1	0.50	8	4.00						
ให้บริการตามความต้องการของประชาชน	14	7.00	11	5.50	4	2.00	-	-	8	4.00	18	9.00	18	9.00	2	1.00	2	1.00	11	5.50	20	10.00	14	7.00	1	0.50	-	-	14	7.00						
ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	16	8.00	11	5.50	3	1.50	-	-	7	3.50	12	6.00	22	11.00	4	2.00	-	-	11	5.50	23	11.50	14	7.00	1	0.50	-	-	11	5.50						
มีความปลอดภัย	15	7.50	11	5.50	3	1.50	-	-	8	4.00	19	9.50	18	9.00	3	1.50	-	-	9	4.50	28	14.00	8	4.00	-	-	-	-	13	6.50						
ให้บริการโดยคำนึงถึงความสะดวก	15	7.50	10	5.00	3	1.50	-	-	9	4.50	16	8.00	22	11.00	-	-	-	-	10	5.00	22	11.00	14	7.00	1	0.50	-	-	12	6.00						
การถือสิทธิ์การกระทำของพนักงานและลูกจ้าง	12	6.00	13	6.50	3	1.50	-	-	9	4.50	13	6.50	22	11.00	2	1.00	1	0.50	11	5.50	21	10.50	14	7.00	1	0.50	-	-	13	6.50						
ความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	17	8.50	10	5.00	1	0.50	-	-	9	4.50	13	6.50	19	9.50	3	1.50	1	0.50	13	6.50	23	11.50	11	5.50	2	1.00	-	-	13	6.50						
เวลาทำงานทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ	19	9.50	9	4.50	-	-	1	0.50	8	4.00	13	6.50	17	8.50	7	3.50	-	-	12	6.00	21	10.50	14	7.00	2	1.00	-	-	12	6.00						
มีระยะเวลาเปิด - ปิดเหมาะสม	14	7.00	8	4.00	3	1.50	2	1.00	10	5.00	13	6.50	15	7.50	7	3.50	2	1.00	12	6.00	23	11.50	9	4.50	3	1.50	-	-	14	7.00						
มีการรับเรื่องคดี	12	6.00	10	5.00	4	2.00	1	0.50	10	5.00	10	5.00	17	8.50	8	4.00	2	1.00	12	6.00	22	11.00	9	4.50	3	1.50	-	-	15	7.50						
พนักงานต้อนรับมีความเป็นกันเอง	12	6.00	18	9.00	-	-	-	-	7	3.50	12	6.00	24	12.00	5	2.50	1	0.50	7	3.50	24	12.00	12	6.00	1	0.50	-	-	12	6.00						
พนักงานต้อนรับมีความดีใจ	18	9.00	11	5.50	2	1.00	-	-	6	3.00	16	8.00	22	11.00	3	1.50	-	-	8	4.00	23	11.50	11	5.50	1	0.50	-	-	14	7.00						
พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ	20	10.00	9	4.50	1	0.50	-	-	7	3.50	19	9.50	20	10.00	3	1.50	1	0.50	6	3.00	24	12.00	12	6.00	2	1.00	-	-	11	5.50						
พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ	15	7.50	16	8.00	-	-	-	-	6	3.00	21	10.50	13	6.50	3	1.50	2	1.00	10	5.00	23	11.50	11	5.50	4	2.00	-	-	11	5.50						
พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ	14	7.00	13	6.50	2	1.00	-	-	8	4.00	20	10.00	11	5.50	6	3.00	2	1.00	10	5.00	24	12.00	9	4.50	2	1.00	-	-	14	7.00						
พนักงานต้อนรับมีความสุภาพ	17	8.50	10	5.00	1	0.50	2	1.00	7	3.50	15	7.50	13	6.50	9	4.50	2	1.00	10	5.00	26	13.00	7	3.50	5	2.50	-	-	11	5.50						
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50						
รวม	284	7.74	200	5.26	33	0.87	6	0.16	170	4.47	288	7.61	324	8.53	78	2.05	20	0.53	22	5.79	414	10.88	221	5.82	31	0.82	2	0.05	263	6.92						

ปัจจัยด้านงานบริการ	ประจําเดือน (ค่าจ้าง)												อื่นๆ						
	มากที่สุด			น้อย			ไม่สำคัญ			น้อยที่สุด			มากที่สุด	น้อย	ไม่สำคัญ	น้อยที่สุด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มีจำนวนพนักงานอยู่ที่ใดสักแห่งเพียง 28	13.00	11	5.60	3	1.50	-	-	9	4.50	9	4.50	5	2.50	1	0.50	-	-	-	-
ผู้บริการและพนักงานให้บริการอย่างละเอียดใช้ 29	14.50	13	6.50	-	-	-	-	7	3.50	9	4.50	3	1.50	3	1.50	-	-	-	-
ความถี่เกี่ยวกับลูกค้า 30	15.00	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ให้ความถี่เกี่ยวกับลูกค้าที่สัมพันธ์กัน 21	10.50	14	7.00	1	0.50	-	-	13	6.50	6	3.00	8	3.00	1	0.50	-	-	-	-
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว 20	10.00	15	7.50	-	-	-	-	14	7.00	4	2.00	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-
ไม่มีการร้องเรียน 28	13.00	13	6.50	-	-	-	-	10	5.00	5	2.50	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-
มีความปลอดภัย 19	9.50	12	6.00	2	1.00	-	-	18	9.00	6	3.00	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-
ให้ความเร็วกับด้านบริการ 18	9.00	14	7.00	2	1.00	1	0.50	14	7.00	2	1.00	9	4.50	4	2.00	-	-	-	-
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้ามีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี 22	11.00	10	5.00	2	1.00	1	0.50	14	7.00	3	1.50	7	3.50	3	1.50	-	-	-	-
เวลาที่กำหนดมาให้ลูกค้ากับบริการได้เต็มที่ 26	12.50	10	5.00	2	1.00	1	0.50	11	5.50	5	2.50	7	3.50	1	0.50	-	-	-	-
มีระบบคิว - ปีคนละรอบ 20	10.00	8	4.00	3	1.50	2	1.00	16	8.00	2	1.00	6	3.00	2	1.00	-	-	-	-
มีกำหนดชี้แจงสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า 20	10.00	12	6.00	3	1.50	2	1.00	12	6.00	3	1.50	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็วไม่ล่าช้า 21	10.50	16	8.00	1	0.50	1	0.50	10	5.00	5	2.50	6	3.00	1	0.50	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับมีจุดแจ้งใช้ทุกคืนในแถม 23	11.50	15	7.50	2	1.00	-	-	9	4.50	6	3.00	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับมีจุดแจ้งสิทธิประโยชน์ลูกค้า 17	9.50	17	8.50	1	0.50	1	0.50	13	6.50	8	4.00	5	2.50	1	0.50	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับมีบัตรเชิญสิทธิประโยชน์ลูกค้า 22	11.00	12	6.00	2	1.00	1	0.50	12	6.00	6	3.00	5	2.50	1	0.50	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับมีบัตรเชิญสิทธิประโยชน์ลูกค้า 20	10.00	10	5.00	3	1.50	1	0.50	15	7.50	9	4.50	4	2.00	1	0.50	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับมีของขวัญจากลูกค้า 26	13.00	10	5.00	2	1.00	2	1.00	9	4.50	6	3.00	7	3.50	1	0.50	-	-	-	-
อื่นๆ 405	9.66	221	5.82	28	0.78	13	0.34	263	6.82	105	2.78	116	3.05	31	0.82	4	0.11	46	1.28
รวม																			

จากการตารางที่ 47 พบว่าผู้บริโภคทุกข้อที่พอยกเว้นผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลไม่การเลือกใช้บริการรวดเร็วและแม่นยำ ในระดับสำคัญมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในระดับมาก มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยด้านการบริการ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
มีจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	4.08 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)	4.31 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า	4.11 (มาก)	3.92 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน	4.32 (มาก)	4.10 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.61 (มาก)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.78 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)	3.81 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีความปลอดภัย	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ให้ความเชื่อมั่นด้านบริการ	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)	3.37 (น้อย)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้ามีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.43 (มาก)	3.69 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เวลาทำการนานทำให้ลูกค้าใช้บริการได้เต็มที่	3.70 (มาก)	3.37 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีระยะเวลาเปิด - ปิดแน่นอน	3.81 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีการรับบัตรเครดิต	3.38 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.29 (น้อย)	2.94 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินเร็วและไม่ผิด	3.35 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.38 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องคอยนาน	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับพูดจาดี ใช้คำพูดที่เหมาะสม	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับพูดรู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าเข้าใจ	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.49 (น้อย)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับแต่งตัวเรียบร้อย สะอาด	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับบุคลิกดี	3.68 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.39 (น้อย)	4.13 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานต้อนรับไม่ขอทิปจากลูกค้า	3.76 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.63 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)	3.74 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการ พนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้าง ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่าเทียมกัน มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ประกอบการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคาต่อชั่วโมง	100	50.00	54	27.00	14	7.00	7	3.50	25	12.50	200	3.99	มาก
ราคาต่อคอร์สสั้น	61	30.50	52	26.00	17	8.50	5	2.50	65	32.50	200	3.20	น้อย
ราคาต่อคอร์สยาว	61	30.50	47	23.50	21	10.50	6	3.00	65	32.50	200	3.17	น้อย
ราคาค่าน้ำมันบรรเทาอาการปวดเมื่อย	54	27.00	43	21.50	29	14.50	7	3.50	67	33.50	200	3.05	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	276	27.60	196	19.60	81	8.10	25	2.50	422	42.20	1,000	2.88	น้อย

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านราคาแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านราคาต่อชั่วโมง ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนมในภาคและเขต

ปัจจัยด้านราคา	เขต															
	ชาย						หญิง									
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ราคาซื้อหัวนม	76	38.00	40	20.00	11	5.50	6	3.00	22	11.00	24	12.00	14	7.00	3	1.50
ราคาต่อคอร์สัน	51	25.50	39	19.50	13	6.50	4	2.00	48	24.00	10	5.00	13	6.50	4	2.00
ราคาต่อคอร์สยาว	50	25.00	33	16.50	17	8.50	6	3.00	49	24.50	11	5.50	14	7.00	4	2.00
ราคาด้านมันเนยรวมจากกรบวงเนย	46	23.00	36	18.00	19	9.50	5	2.50	49	24.50	8	4.00	7	3.50	10	5.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-
รวม	223	22.30	148	14.80	60	6.00	21	2.10	323	32.30	53	5.30	48	4.80	21	2.10

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนมในภาคและเขต ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ และเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาต่อชั่วโมง	3.92 (มาก)	4.22 (มาก)
ราคาต่อคอร์สสั้น	3.26 (น้อย)	2.96 (น้อย)
ราคาต่อคอร์สยาว	3.19 (น้อย)	3.09 (น้อย)
ราคาค่าน้ำมันบรรเทาอาการปวดเมื่อย	3.16 (น้อย)	2.67 (น้อย)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.91 (น้อย)	2.79 (น้อย)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านราคาต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปีจ่ายค่าบริการที่มีสิทธิพลในการหนดแผนโบราณและอายุ

ปีจ่ายค่าบริการ	อายุ(ปี)																												
	ต่ำกว่า 20				21 - 30				31 - 40																				
	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำกัด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำกัด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำกัด																	
ภาคตะวันออก	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ																	
	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-	21	10.50	14	7.00	6	3.00	1	0.50	3	1.50	50	25.00	24	12.00	4	2.00	3	1.50	12	6.00	
ภาคตะวันออกเฉียง	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-	11	5.50	16	8.00	4	2.00	1	0.50	13	6.50	34	17.00	20	10.00	5	2.50	3	1.50	31	15.50	
ภาคกลาง	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	1	0.50	1	0.50	2	1.00	-	-	10	5.00	15	7.50	5	2.50	2	1.00	13	6.50	34	17.00	18	9.00	8	4.00	1	0.50	32	16.00	
ภาคใต้	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	1	0.50	1	0.50	2	1.00	-	-	9	4.50	15	7.50	6	3.00	2	1.00	13	6.50	32	16.00	15	7.50	10	5.00	3	1.50	33	16.50	
อื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50	
รวม	4	0.40	6	0.60	6	0.60	-	4	0.40	51	5.10	60	6.00	21	2.10	6	0.60	87	8.70	150	15.00	77	7.70	27	2.70	10	1.00	201	20.10

ปีจ่ายค่าบริการ	อายุ(ปี)																											
	41 - 50				51 - 60				60 ขึ้นไป																			
	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำกัด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำกัด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่จำกัด																
ภาคตะวันออก	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ																
	21	10.50	8	4.00	2	1.00	3	1.50	8	4.00	7	3.50	5	2.50	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-		
ภาคตะวันออกเฉียง	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	11	5.50	11	5.50	4	2.00	1	0.50	15	7.50	4	2.00	4	2.00	2	1.00	-	-	5	2.50	-	-	-	-	-	1	0.50	
ภาคกลาง	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	12	6.00	9	4.50	4	2.00	3	1.50	14	7.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	-	-	5	2.50	-	-	-	-	-	1	0.50	
ภาคใต้	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	10	5.00	7	3.50	8	4.00	2	1.00	15	7.50	2	1.00	5	2.50	3	1.50	-	-	5	2.50	-	-	-	-	-	1	0.50	
อื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	-	-	-	-	-	-	-	-	42	21.00	-	-	-	-	-	-	-	-	15	7.50	-	-	-	-	-	1	0.50	
รวม	54	5.40	35	3.50	18	1.80	9	0.90	94	9.40	17	1.70	18	1.80	8	0.80	-	-	32	3.20	-	-	1	0.10	-	-	4	0.40

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้บริโภคทุกช่วงอายุยกเว้นผู้บริโภคอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหนดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญมากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อยในระดับมากและน้อย มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาต่อชั่วโมง	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาต่อคอร์สสั้น	3.75 (มาก)	3.24 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ราคาต่อคอร์สยาว	3.75 (มาก)	3.16 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ราคาค่าน้ำมันบรรเทาอาการปวดเมื่อย	3.75 (มาก)	3.11 (น้อย)	3.11 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.25 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.84 (น้อย)	1.60 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทุกช่วงอายุส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านราคาต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและอาทิพ

ปัจจัยด้านราคา	กรุงเทพฯ												จังหวัดนนทบุรี											
	ราคาแพง						ราคาปานกลาง						ราคาไม่แพง											
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ									
ราคาต่อชั่วโมง	จำนวน 24	ร้อยละ 12.00	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 25	ร้อยละ 12.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00				
ราคาต่อครั้งสั้น	จำนวน 15	ร้อยละ 7.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 15	ร้อยละ 7.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00				
ราคาต่อครั้งยาว	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 10	ร้อยละ 5.00	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 19	ร้อยละ 9.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50				
ราคาทำนบหรือสะพานข้ามคลอง	จำนวน 15	ร้อยละ 7.50	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 12	ร้อยละ 6.00	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 15	ร้อยละ 7.50	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 14	ร้อยละ 7.00				
อื่นๆ	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 37	ร้อยละ 18.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 49	ร้อยละ 24.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -				
รวม	จำนวน 70	ร้อยละ 7.00	จำนวน 20	ร้อยละ 2.00	จำนวน 14	ร้อยละ 1.40	จำนวน 4	ร้อยละ 0.40	จำนวน 77	ร้อยละ 7.70	จำนวน 43	ร้อยละ 4.30	จำนวน 75	ร้อยละ 7.50	จำนวน 23	ร้อยละ 2.30	จำนวน 6	ร้อยละ 0.60	จำนวน 98	ร้อยละ 9.80				

ปัจจัยด้านราคา	เชียงใหม่												สุโขทัย											
	ราคาแพง						ราคาปานกลาง						ราคาไม่แพง											
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ									
ราคาต่อชั่วโมง	จำนวน 27	ร้อยละ 13.50	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50				
ราคาต่อครั้งสั้น	จำนวน 18	ร้อยละ 9.00	จำนวน 10	ร้อยละ 5.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 15	ร้อยละ 7.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50				
ราคาต่อครั้งยาว	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50				
ราคาทำนบหรือสะพานข้ามคลอง	จำนวน 14	ร้อยละ 7.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 18	ร้อยละ 9.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50				
อื่นๆ	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 48	ร้อยละ 24.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -				
รวม	จำนวน 76	ร้อยละ 7.60	จำนวน 37	ร้อยละ 3.70	จำนวน 21	ร้อยละ 2.10	จำนวน 7	ร้อยละ 0.70	จำนวน 104	ร้อยละ 10.40	จำนวน 18	ร้อยละ 1.80	จำนวน 11	ร้อยละ 1.10	จำนวน 9	ร้อยละ 0.90	จำนวน 4	ร้อยละ 0.40	จำนวน 40	ร้อยละ 4.00				

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่มีความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและอาทิพในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ราคาต่อชั่วโมง	4.11 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ราคาต่อคอร์สสั้น	3.32 (น้อย)	3.18 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.29 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ราคาต่อคอร์สยาว	3.41 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.63 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ราคาค่าน้ำมันบรรเทาอาการปวดเมื่อย	3.22 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.02 (น้อย)	2.50 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.01 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านราคาต่อชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้าน
 ลักษณะที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	ระดับความสำคัญ											แปลผล	
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		รวม		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ผู้จัดการหรือผู้บริหาร	57	28.50	27	13.50	36	18.00	11	5.50	69	34.50	200	2.96	น้อย
เจ้าของสถานที่	56	28.00	25	12.50	37	18.50	19	9.50	63	31.50	200	2.96	น้อย
เปิดบริการมานาน	75	37.50	50	25.00	22	11.00	4	2.00	49	24.50	200	3.49	น้อย
ชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก	84	42.00	63	31.50	12	6.00	3	1.50	38	19.00	200	3.76	มาก
ชื่อเรียกง่ายและบ่งบอกว่าเป็นที่ให้บริการนวดแผนโบราณ	78	39.00	46	23.00	17	8.50	3	1.50	56	28.00	200	3.44	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	350	29.20	211	17.60	124	10.30	40	3.30	475	39.60	1,200	2.77	น้อย

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านสัญลักษณ์แต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัจจัยด้านสัญลักษณที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและแพศ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ	เพศ																				
	ชาย						หญิง														
	มาก		น้อย		มากที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ						
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ผู้จัดการหรือผู้บริหาร	50	25.00	20	10.00	31	15.50	5	2.50	7	3.50	7	3.50	49	24.50	7	3.50	6	3.00	20	10.00	
เจ้าของสถานที่	50	25.00	20	10.00	30	15.00	9	4.50	6	3.00	6	3.00	46	23.00	5	2.50	7	3.50	10	5.00	
เปิดบริการมานาน	57	28.50	35	17.50	18	9.00	4	2.00	18	9.00	18	9.00	41	20.50	15	7.50	4	2.00	-	-	
ชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก	62	31.00	46	23.00	10	5.00	3	1.50	22	11.00	17	8.50	34	17.00	22	11.00	2	1.00	-	-	
ชื่อเรียกง่ายและปะบอกว่าเป็นที่ให้บริการหมด แผนโบราณ	57	28.50	36	18.00	15	7.50	2	1.00	21	10.50	10	5.00	45	22.50	21	10.50	2	1.00	1	0.50	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	276	23.00	157	13.08	104	8.67	23	1.92	74	6.17	54	4.50	370	30.83	74	6.17	20	1.67	17	1.42	

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการที่ปลอดภัยมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ
 ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ผู้จัดการหรือผู้บริหาร	3.11 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)
เจ้าของสถานที่	3.12 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)
เปิดบริการมานาน	3.41 (น้อย)	3.78 (มาก)
ชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก	3.64 (มาก)	4.18 (มาก)
ชื่อเรียกง่ายและบ่งบอกว่าเป็นที่ให้บริการนวดแผนโบราณ	3.37 (น้อย)	3.64 (มาก)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.94 (น้อย)	2.91 (น้อย)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์การเลือกใช้บริการหมวดแผนไม่รวมและอายุ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อายุ(ปี)																										
	ต่ำกว่า 20						21 - 30						31 - 40														
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ												
ผู้ติดตามหรือผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ											
เจ้าของสถานที่	2	1.00	-	-	1	0.50	8	4.00	11	5.50	10	5.00	5	2.50	11	5.50	27	13.50	11	5.50	15	7.50	1	0.50	39	19.50	
เปิดบริการมานาน	2	1.00	-	-	1	0.50	8	4.00	10	5.00	10	5.00	7	3.50	10	5.00	33	16.50	9	4.50	13	6.50	6	3.00	32	16.00	
ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	2	1.00	1	0.50	1	0.50	15	7.50	15	7.50	4	2.00	3	1.50	7	3.50	37	18.50	15	7.50	14	7.00	1	0.50	28	13.00	
ชื่อเสียงเจ้าของและนักลงทุนเป็นที่รู้จักมาก	2	1.00	1	0.50	1	0.50	16	8.00	17	8.50	6	3.00	2	1.00	4	2.00	47	23.50	25	12.50	3	1.50	-	-	18	9.00	
แผนในอนาคต	2	1.00	1	0.50	1	0.50	11	5.50	13	6.50	8	4.00	2	1.00	11	5.50	44	22.00	19	9.50	5	2.50	-	-	25	12.50	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	10	0.83	3	0.25	5	0.42	58	4.83	67	5.58	38	3.17	18	1.58	86	7.33	166	15.67	79	6.58	50	4.17	8	0.67	233	19.42	

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อายุ(ปี)																											
	41 - 50						51 - 60						60 ขึ้นไป															
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ													
ผู้ติดตามหรือผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ												
เจ้าของสถานที่	7	3.50	4	2.00	11	5.50	6	3.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	4	2.00	2	1.00	1	0.50	4	2.00	-	-	-	-	1	0.50
เปิดบริการมานาน	14	7.00	15	7.50	2	1.00	7	3.50	3	1.50	1	0.50	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	14	7.00	15	7.50	1	0.50	5	2.50	4	2.00	1	0.50	-	-	5	2.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	
ชื่อเสียงเจ้าของและนักลงทุนเป็นที่รู้จักมาก	14	7.00	8	4.00	3	1.50	7	3.50	5	2.50	-	-	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50
แผนในอนาคต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	61	5.08	47	3.92	25	2.08	11	0.92	109	9.00	33	2.75	14	1.17	6	0.50	2	0.17	35	2.92	-	-	1	0.08	-	-	5	0.42

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้บริหารทุกช่วงอายุเห็นผู้บริหารที่มากกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้บริหารอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ผู้จัดการหรือผู้บริหาร	3.50 (มาก)	3.00 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เจ้าของสถานที่	3.50 (มาก)	2.98 (น้อย)	3.05 (น้อย)	2.60 (น้อย)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เปิดบริการมานาน	4.25 (มาก)	3.64 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก	4.25 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.27 (น้อย)	4.00 (มาก)
ชื่อเรียกง่ายและบ่งบอกว่าเป็นที่ให้บริการนวดแผนโบราณ	4.25 (มาก)	3.24 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.07 (น้อย)	3.87 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.46 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.97 (น้อย)	2.77 (น้อย)	3.09 (น้อย)	1.50 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านผู้จัดการหรือผู้บริหาร ชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก และชื่อเรียกง่ายและบ่งบอกว่าเป็นที่ให้บริการนวดแผนโบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านชื่อเรียกง่ายและบ่งบอกว่าเป็นที่ให้บริการนวดแผนโบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีการเลือกใช้บริการวางแผนไปรษณีย์และอาชีพร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ																			
	ข้าราชการ				พนักงานบริษัทเอกชน				พนักงานรัฐวิสาหกิจ											
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย								
ผู้จัดทำหรือผู้บริหาร	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 19	ร้อยละ 9.50	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 24	ร้อยละ 12.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 10	ร้อยละ 5.00
เจ้าของสถานที่	จำนวน 14	ร้อยละ 7.00	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 11	ร้อยละ 5.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00
เป็นลูกหลาน	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 22	ร้อยละ 11.00	จำนวน 13	ร้อยละ 6.50
ซื้อสินค้าเป็นครั้ง	จำนวน 18	ร้อยละ 9.00	จำนวน 11	ร้อยละ 5.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน 18	ร้อยละ 9.00
ซื้อสินค้าส่งและมอบค่าเป็นทีละบาท	จำนวน 18	ร้อยละ 9.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 14	ร้อยละ 7.00	จำนวน 13	ร้อยละ 6.50	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 15	ร้อยละ 7.50
แผนโบราณ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	จำนวน 37	ร้อยละ 18.5	-	-	-	-	-	-	-	-	จำนวน 49	ร้อยละ 24.5
รวม	จำนวน 75	ร้อยละ 6.25	จำนวน 37	ร้อยละ 3.08	จำนวน 16	ร้อยละ 1.33	จำนวน 5	ร้อยละ 0.42	จำนวน 89	ร้อยละ 7.42	จำนวน 62	ร้อยละ 5.17	จำนวน 61	ร้อยละ 5.08	จำนวน 34	ร้อยละ 2.83	จำนวน 25	ร้อยละ 2.08	จำนวน 112	ร้อยละ 9.33

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ																			
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว				รับจ้าง				อื่นๆ											
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย								
ผู้จัดทำหรือผู้บริหาร	จำนวน 12	ร้อยละ 8.00	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน 11	ร้อยละ 5.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 18	ร้อยละ 9.00	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50
เจ้าของสถานที่	จำนวน 11	ร้อยละ 5.50	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 12	ร้อยละ 6.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00
เป็นลูกหลาน	จำนวน 14	ร้อยละ 7.00	จำนวน 8	ร้อยละ 4.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00
ซื้อสินค้าเป็นครั้ง	จำนวน 26	ร้อยละ 13.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 10	ร้อยละ 5.00	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00
ซื้อสินค้าส่งและมอบค่าเป็นทีละบาท	จำนวน 20	ร้อยละ 10.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 5	ร้อยละ 2.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50
แผนโบราณ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	จำนวน 49	ร้อยละ 24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00
รวม	จำนวน 83	ร้อยละ 6.92	จำนวน 38	ร้อยละ 3.17	จำนวน 39	ร้อยละ 3.25	จำนวน 6	ร้อยละ 0.50	จำนวน 128	ร้อยละ 10.67	จำนวน 27	ร้อยละ 2.25	จำนวน 20	ร้อยละ 1.67	จำนวน 9	ร้อยละ 0.75	จำนวน 4	ร้อยละ 0.33	จำนวน 36	ร้อยละ 3.00

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีการเลือกใช้บริการวางแผนไปรษณีย์ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ผู้จัดการหรือผู้บริหาร	2.49 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	3.76 (มาก)	2.88 (น้อย)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เจ้าของสถานที่	3.32 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.56 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เปิดบริการมานาน	3.65 (มาก)	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)	3.02 (น้อย)	3.75 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก	3.92 (มาก)	3.78 (มาก)	3.53 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ชื่อเรียกง่ายและบ่งบอกว่าเป็นที่ให้บริการนวดแผนโบราณ	3.73 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.63 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.02 (น้อย)	2.78 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.98 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านผู้จัดการหรือผู้บริหาร มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การโฆษณา	50	25.00	37	18.50	23	11.50	11	5.50	79	39.50	200	2.84	น้อย
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	63	31.50	40	20.00	23	11.50	13	6.50	61	30.50	200	3.16	น้อย
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด	80	40.00	53	26.50	21	10.50	8	4.00	38	19.00	200	3.65	มาก
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	75	37.50	46	23.00	26	13.00	7	3.50	46	23.00	200	3.49	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	268	26.80	176	17.60	93	9.30	39	3.90	424	42.40	1,000	2.83	น้อย

จากตารางที่ 63 พบว่าการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 โดยในรายละเอียดของการส่งเสริมการตลาดแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและเทศ

การส่งเสริมการตลาด	เพศ																			
	ชาย						หญิง													
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ					
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การโฆษณา	43	21.50	29	14.50	17	8.50	8	4.00	58	29.00	7	3.50	8	4.00	6	3.00	3	1.50	21	10.50
ช่างและการประชาสัมพันธ์	53	26.50	32	16.00	18	9.00	8	4.00	44	22.00	10	5.00	8	4.00	5	2.50	5	2.50	17	8.50
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด	72	36.00	38	19.00	15	7.50	5	2.50	25	12.50	8	4.00	15	7.50	6	3.00	3	1.50	13	6.50
มีการปิดรับสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ	66	33.00	30	15.00	20	10.00	4	2.00	35	17.50	9	4.50	16	8.00	6	3.00	3	1.50	11	5.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	234	23.40	129	12.90	70	7.00	25	2.50	317	31.70	34	3.40	47	4.70	23	2.30	14	1.40	107	10.70

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและเพศ

การส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณา	2.94 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	3.27 (น้อย)	2.76 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด	3.82 (มาก)	3.04 (น้อย)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.57 (มาก)	3.20 (น้อย)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.92 (น้อย)	2.50 (น้อย)

จากตารางที่ 65 พบว่าการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและอายุ

การส่งเสริมการตลาด	อายุ(ปี)																								
	ต่ำกว่า 20				21 - 30				31 - 40																
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด													
การโฆษณา	2	1.00	-	1	0.50	9	4.50	11	5.50	4	2.00	12	6.00	27	13.50	20	10.00	6	3.00	3	1.50	37	18.50		
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	2	1.00	-	1	0.50	11	5.50	13	6.50	10	5.00	4	2.00	7	3.50	18	9.00	5	2.50	5	2.50	26	13.00		
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้อินบ็อกซ์	2	1.00	-	1	0.50	14	7.00	18	9.00	5	2.50	3	1.50	5	2.50	21	10.50	5	2.50	3	1.50	20	10.00		
มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับสิทธิบัตรต่าง ๆ	2	1.00	-	1	0.50	13	6.50	16	8.00	6	3.00	3	1.50	7	3.50	16	8.00	9	4.50	3	1.50	22	11.00		
อื่นๆ	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50		
รวม	8	0.80	-	4	0.40	47	4.70	58	5.80	30	3.00	14	1.40	78	7.80	153	15.30	75	7.50	25	2.50	14	1.40	198	19.80

การส่งเสริมการตลาด	อายุ(ปี)																								
	41 - 50				51 - 60				60 ขึ้นไป																
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด													
การโฆษณา	7	3.50	4	2.00	6	3.00	4	2.00	21	10.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	7	3.50	5	2.50	6	3.00	2	1.00	22	11.00	4	2.00	4	2.00	1	0.50	2	1.00	4	2.00	-	-	-	1	0.50
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้อินบ็อกซ์	14	7.00	8	4.00	9	4.50	-	-	11	5.50	6	3.00	2	1.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	
มีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับสิทธิบัตรต่าง ๆ	12	6.00	10	5.00	6	3.00	-	-	12	6.00	5	2.50	4	2.00	2	1.00	1	0.50	3	1.50	-	-	-	1	0.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	42	21.00	-	-	-	-	-	-	-	-	15	7.50	-	-	-	1	0.50
รวม	40	4.00	27	2.70	29	2.90	6	0.60	108	10.80	20	2.00	5	0.50	5	0.50	30	3.00	1	0.10	-	-	-	1	0.10

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้บริโภคทุกช่วงอายุยกเว้นผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญมากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพล
ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

การส่งเสริมการตลาด	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณา	3.50 (มาก)	3.02 (น้อย)	2.97 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	3.50 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.42 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษ ต่างๆ	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.24 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.00 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.60 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 67 พบว่าการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านการโฆษณา ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด และมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณและอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ												พนักงานรัฐวิสาหกิจ																			
	มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ				มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
การโฆษณา	5	2.50	1	0.50	3	1.50	3	1.50	25	12.50	10	5.00	10	5.00	10	5.00	6	3.00	13	6.50	15	7.50	15	7.50	1	0.50	15	7.50				
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	15	7.50	2	1.00	3	1.50	2	1.00	15	7.50	10	5.00	13	6.50	9	4.50	5	2.50	12	6.00	19	9.50	14	7.00	2	1.00	2	1.00				
การส่งเสริมการขาย เช่น ใจส่วนลด	19	9.50	6	3.00	5	2.50	1	0.50	6	3.00	14	7.00	15	7.50	8	4.00	2	1.00	10	5.00	24	12.00	18	9.00	-	-	1	0.50				
มีการเปิดสัมมนาหรือทำให้นักศึกษิตยภัณฑ์ต่างๆ	16	8.00	6	3.00	5	2.50	1	0.50	9	4.50	14	7.00	16	8.00	10	5.00	2	1.00	7	3.50	24	12.00	12	6.00	3	1.50	1	0.50				
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-				
รวม	55	5.50	15	1.50	16	1.60	7	0.70	92	9.20	48	4.80	54	5.40	37	3.70	15	1.50	91	9.10	82	8.20	59	5.90	10	1.00	5	0.50				

การส่งเสริมการตลาด	ประชาชน												อื่นๆ																			
	มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ				มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่สำคัญ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
การโฆษณา	19	9.50	6	3.00	5	2.50	-	-	19	9.50	1	0.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-				
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	16	8.00	6	3.00	4	2.00	4	2.00	17	8.50	1	0.50	5	2.50	3	1.50	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-				
การส่งเสริมการขาย เช่น ใจส่วนลด	21	10.50	10	5.00	5	2.50	2	1.00	11	5.50	2	1.00	4	2.00	3	1.50	2	1.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	-				
มีการเปิดสัมมนาหรือทำให้นักศึกษิตยภัณฑ์ต่างๆ	19	9.50	9	4.50	6	3.00	2	1.00	13	6.50	2	1.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	8	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-				
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-					
รวม	77	7.70	31	3.10	20	2.00	8	0.80	109	10.90	6	0.60	17	1.70	10	1.00	4	0.40	43	4.30	-	-	-	-	-	-	-					

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

การส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การโฆษณา	1.86 (น้อยที่สุด)	2.96 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.12 (น้อย)	2.50 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ข่าวและการประชาสัมพันธ์	3.00 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.08 (น้อย)	2.56 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
การส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด	3.84 (มาก)	3.43 (น้อย)	4.08 (มาก)	3.57 (มาก)	2.75 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	3.84 (มาก)	3.39 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.64 (น้อย)	2.81 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.24 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านมีการเปิดรับสมาชิกเพื่อให้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร หรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

วัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	62	31.00	41	20.50	29	14.50	15	7.50	53	26.50	200	3.22	น้อย
วิทยุคลื่นท้องถิ่น	49	24.50	30	15.00	25	12.50	10	5.00	86	43.00	200	2.73	น้อย
ป้ายโฆษณา	59	29.50	31	15.50	29	14.50	15	7.50	66	33.00	200	3.01	น้อย
ใบปลิว แผ่นพับ	46	23.00	28	14.00	33	16.50	19	9.50	74	37.00	200	2.77	น้อย
นิตยสารหรือวารสารต่างๆ	52	26.00	47	23.50	28	14.00	9	4.50	64	32.00	200	3.07	น้อย
พนักงานแจ้งให้ทราบ	53	26.50	42	21.00	31	15.50	3	1.50	71	35.50	200	3.02	น้อย
อื่นๆ	-	-	1	0.5	-	-	-	-	199	99.50	200	1.01	ไม่สำคัญ
รวม	321	22.90	220	15.70	175	12.50	71	5.10	613	43.80	1,400	2.69	น้อย

จากตารางที่ 70 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 โดยในรายละเอียดของปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านอื่นๆ ได้แก่ คำบอกเล่าปากต่อปาก ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่สำคัญ

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ คำบอกเล่าปากต่อปาก

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณ และเพศ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา	เพศ															
	ชาย						หญิง									
	มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	53	26.50	34	17.00	25	12.50	10	5.00	33	16.50	9	4.50	7	3.50	4	2.00
วิทยุท้องถิ่น	40	20.00	25	12.50	23	11.50	4	2.00	63	31.50	9	4.50	5	2.50	2	1.00
ป้ายโฆษณา	45	22.50	23	11.50	25	12.50	11	5.50	51	25.50	14	7.00	8	4.00	4	2.00
ใบปลิว แผ่นพับ	37	18.50	23	11.50	28	14.00	13	6.50	54	27.00	9	4.50	5	2.50	5	2.50
นิทรรศการหรือวารสารต่างๆ	43	21.50	34	17.00	24	12.00	7	3.50	47	23.50	9	4.50	13	6.50	4	2.00
พนักงานแจ้งให้ทราบ	42	21.00	29	14.50	25	12.50	3	1.50	56	28.00	11	5.50	13	6.50	6	3.00
อื่นๆ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	154	77.00	-	-	-	-	-	-
รวม	260	18.57	169	12.07	150	10.71	48	3.43	458	32.71	61	4.36	51	3.64	25	1.79

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 72 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร หรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3.41 (น้อย)	2.56 (น้อย)
วิทยุคลื่นท้องถิ่น	2.84 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)
ป้ายโฆษณา	3.00 (น้อย)	3.04 (น้อย)
ใบปลิว แผ่นพับ	2.85 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)
นิตยสารหรือวารสารต่างๆ	3.12 (น้อย)	2.89 (น้อย)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	2.99 (น้อย)	3.11 (น้อย)
อื่นๆ	1.02 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.75 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ พนักงานแจ้งให้ทราบ มากกว่าด้านอื่นๆ

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ คำบอกเล่าปากต่อปาก

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้บริโภคมหาชนทุกช่วงอายุยกเว้นผู้บริโภคน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการหมวดแผนโฆษณา ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้ บริการนวดแผนโบราณและอายุ

สื่อโฆษณา	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (มาก)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (ไม่สำคัญ)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3.50 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
วิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.50 (มาก)	3.07 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ป้ายโฆษณา	3.50 (มาก)	3.22 (น้อย)	3.15 (น้อย)	2.55 (น้อย)	2.80 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ใบปลิว แผ่นพับ	3.50 (มาก)	3.00 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
นิตยสารหรือวารสารต่างๆ	3.50 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.22 (น้อย)	2.62 (น้อย)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	4.25 (มาก)	3.13 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.07 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.25 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.58 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 74 พบว่าสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ พนักงานแจ้งให้ทราบ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับไม่สำคัญในทุกๆ ด้าน

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ คำบอกเล่าปากต่อปาก

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ และอาชีพ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา	ผู้สูงอายุ						วัยกลางคน						พนักงานบริษัทเอกชน																	
	มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ											
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ										
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	16	8.00	4	2.00	5	2.50	5	2.50	7	3.50	11	5.50	10	5.00	12	6.00	3	1.50	13	6.50	18	9.00	17	8.50	7	3.50	2	1.00	5	2.50
วิทยุคลื่นท้องถิ่น	15	7.50	1	0.50	5	2.50	4	2.00	12	6.00	9	4.50	9	4.50	10	5.00	2	1.00	19	9.50	14	7.00	12	6.00	4	2.00	1	0.50	18	9.00
ป้ายโฆษณา	17	8.50	4	2.00	4	2.00	3	1.50	9	4.50	7	3.50	11	5.50	9	4.50	6	3.00	18	9.00	15	7.50	10	5.00	7	3.50	1	0.50	18	9.00
ใบปลิว แผ่นพับ	15	7.50	2	1.00	3	1.50	5	2.50	12	6.00	6	3.00	9	4.50	10	5.00	7	3.50	17	8.50	14	7.00	10	5.00	9	4.50	2	1.00	14	7.00
ใบปลิวหรือวารสารต่างๆ	15	7.50	6	3.00	2	1.00	4	2.00	10	5.00	8	4.00	13	6.50	14	7.00	1	0.50	13	6.50	14	7.00	12	6.00	7	3.50	1	0.50	15	7.50
พนักงานส่งใบปลิว	16	8.00	4	2.00	5	2.50	2	1.00	10	5.00	8	4.00	16	8.00	9	4.50	1	0.50	15	7.50	16	8.00	9	4.50	8	4.00	-	-	18	9.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50
รวม	94	6.72	21	1.50	24	1.71	23	1.84	97	6.93	49	3.50	68	4.96	64	4.57	20	1.43	142	10.14	91	6.50	70	5.00	42	3.00	7	0.50	133	9.50

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา	ประชาชนผู้สูงอายุ						วัยทำงาน						อื่นๆ																	
	มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		ไม่สำคัญ									
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	14	7.00	8	4.00	4	2.00	2	1.00	21	10.50	3	1.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
วิทยุคลื่นท้องถิ่น	9	4.50	6	3.00	5	2.50	2	1.00	27	13.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ป้ายโฆษณา	16	8.00	3	1.50	8	4.00	3	1.50	19	9.50	4	2.00	3	1.50	1	0.50	2	1.00	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ใบปลิว แผ่นพับ	9	4.50	4	2.00	9	4.50	4	2.00	23	11.50	2	1.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	8	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ใบปลิวหรือวารสารต่างๆ	13	6.50	10	5.00	4	2.00	1	0.50	21	10.50	2	1.00	6	3.00	1	0.50	2	1.00	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
พนักงานส่งใบปลิว	11	5.50	9	4.50	6	3.00	-	-	23	11.50	2	1.00	4	2.00	3	1.50	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
อื่นๆ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	48	24.00	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-	-		
รวม	72	5.14	41	2.98	36	2.57	12	0.86	182	13.00	15	1.07	20	1.43	9	0.64	9	0.64	96	6.21	-	-	-	-	-	-	-	-		

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณามีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ

หมวดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณา	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (มาก)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (ไม่สำคัญ)
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	3.46 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.84 (มาก)	2.84 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
วิทยุคลื่นท้องถิ่น	3.08 (น้อย)	2.73 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ป้ายโฆษณา	3.46 (น้อย)	2.73 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.81 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ใบปลิว แผ่นพับ	3.08 (น้อย)	2.59 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
นิตยสารหรือวารสารต่างๆ	3.32 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.18 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.88 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
พนักงานแจ้งให้ทราบ	3.38 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.18 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.63 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.06 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.99 (น้อย)	2.60 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารหรือสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และป้ายโฆษณา มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่ ได้แก่ ป้ายโฆษณา มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ นิตยสารหรือวารสารต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ คำบอกเล่าปากต่อปาก

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัจจัยอื่นๆ	ระดับความสำคัญ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ด้านสุขภาพ	107	53.50	57	28.50	10	5.00	4	2.00	22	11.00	200	4.12	มาก
เพื่อความสบาย	85	42.50	71	35.50	6	3.00	2	1.00	36	18.00	200	3.84	มาก
รายได้สูงขึ้น	40	20.00	23	11.50	36	18.00	10	5.00	91	45.50	200	2.56	น้อย
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	31	15.50	18	9.00	32	16.00	12	6.00	107	53.50	200	2.27	น้อยที่สุด
เพื่อนหรือคนรู้จัก มานวดเลยทำตาม	39	19.50	40	20.00	36	18.00	7	3.50	78	39.00	200	2.78	น้อย
ปัจจุบันนิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ	71	35.50	48	24.00	17	8.50	5	2.50	59	29.50	200	3.34	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่สำคัญ
รวม	373	26.60	257	18.40	137	9.80	240	17.10	393	28.10	1,800	2.84	น้อย

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ส่วนใหญ่เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 โดยในรายละเอียดของปัจจัยอื่นๆ แต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านสุขภาพ เพื่อความสบาย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก และมีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการวางแผนใบรายณและเขต

ปัจจัยอื่นๆ	เพศ																			
	ชาย						หญิง						ไม่ระบุ							
	มาก		น้อย		มากที่สุด		ไม่สำคัญ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่สำคัญ			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ด้านสุขภาพ	86	43.00	45	22.50	8	4.00	3	1.50	13	6.50	21	10.50	12	6.00	2	1.00	1	0.50	9	4.50
เพื่อความสบาย	70	35.00	53	26.50	5	2.50	1	0.50	26	13.00	15	7.50	18	9.00	1	0.50	1	0.50	10	5.00
รายได้เพิ่มขึ้น	34	17.00	22	11.00	34	17.00	5	2.50	60	30.00	6	3.00	1	0.50	2	1.00	5	2.50	31	15.50
มีความเชื่อที่ว่าทำได้ดี มีระดับ	27	13.50	16	8.00	30	15.00	7	3.50	75	37.50	4	2.00	2	1.00	2	1.00	6	2.50	32	16.00
เพื่อนหรือคนรู้จัก มานวดสันทตาม	32	16.00	33	16.50	28	14.00	5	2.50	57	28.50	7	3.50	7	3.50	8	4.00	2	1.00	21	10.50
ปัจจุบันนิยมใช้บริการนวดแผนโบราณ	57	28.50	39	19.50	13	6.50	4	2.00	42	21.00	14	7.00	9	4.50	4	2.00	1	0.50	17	8.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	306	21.86	208	14.86	118	8.43	25	1.79	428	30.58	67	4.79	49	3.50	19	1.36	15	1.07	165	11.79

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการไปใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและเพศ

ปัจจัยอื่นๆ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านสุขภาพ	4.21 (มาก)	3.78 (มาก)
เพื่อความสบาย	3.90 (มาก)	3.60 (มาก)
รายได้สูงขึ้น	2.77 (น้อย)	1.80 (น้อยที่สุด)
มีความเชื่อที่ว่าทำให้ดูดี มีระดับ	2.44 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)
เพื่อนหรือคนรู้จัก มานวดเลยทำตาม	2.86 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)
ปัจจุบันนิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ	3.42 (น้อย)	3.04 (น้อย)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.94 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 79 พบว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิง
 ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านสุขภาพ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการไปใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัจจัยอื่นๆ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านสุขภาพ	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	4.19 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เพื่อความสบาย	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)
รายได้สูงขึ้น	3.00 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.05 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีความเชื่อที่ว่าจะทำให้ดูดี มีระดับ	3.00 (น้อย)	2.11 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.05 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เพื่อนหรือคนรู้จักมานวดเลยทำตาม	3.00 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจุบันนิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.46 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	3.00 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.94 (น้อย)	1.43 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 81 พบว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านสุขภาพ และเพื่อความสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 51 - 60 ปี และ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพื่อความสบาย มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านสุขภาพ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการทดแทนโบราณและอาทิพ

ปัจจัยอื่นๆ	จำนวนผู้บริโภค												ร้อยละ																	
	มากที่สุด						น้อยที่สุด						มากที่สุด						น้อยที่สุด											
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
ด้านสุขภาพ	27	13.50	7	3.50	-	-	1	0.50	2	1.00	23	11.50	17	8.50	4	2.00	2	1.00	3	1.50	22	11.00	22	11.00	2	1.00				
เพื่อความสบาย	21	10.50	7	3.50	2	1.00	1	0.50	6	3.00	17	8.50	22	11.00	1	0.50	1	0.50	8	4.00	23	11.50	21	10.50	-	-				
รายได้สูงขึ้น	13	6.50	2	1.00	5	2.50	-	-	17	8.50	5	2.50	5	2.50	12	6.00	5	2.50	22	11.00	13	6.50	13	6.50	6	3.00				
มีความเชื่อที่ก่อให้เกิด มิตรสัมพันธ์	6	3.00	2	1.00	1	0.50	3	1.50	25	12.50	4	2.00	5	2.50	8	4.00	6	3.00	23	13.00	13	6.50	8	4.00	10	5.00				
เพื่อความสะดวกในการเดินทาง	11	5.50	5	2.50	4	2.00	-	-	17	8.50	6	3.00	13	6.50	11	5.50	4	2.00	15	7.50	12	6.00	14	7.00	7	3.50				
ปัจจุบันนิยมใช้บริการทดแทนโบราณ	21	10.50	4	2.00	-	-	1	0.50	11	5.50	13	6.50	16	8.00	8	4.00	1	0.50	11	5.50	16	8.00	14	7.00	3	1.50				
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	49				
รวม	99	7.07	27	1.93	12	0.86	6	0.43	115	8.21	68	4.86	78	5.57	44	3.14	19	1.36	134	9.57	98	7.07	92	6.57	28	2.00	2	0.14	122	8.71

ปัจจัยอื่นๆ	จำนวนผู้บริโภค												ร้อยละ															
	มากที่สุด						น้อยที่สุด						มากที่สุด						น้อยที่สุด									
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านสุขภาพ	29	14.50	4	2.00	2	1.00	-	-	14	7.00	6	3.00	7	3.50	2	1.00	-	-	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-
เพื่อความสบาย	20	10.00	15	7.50	2	1.00	-	-	12	6.00	4	2.00	6	3.00	1	0.50	1	0.50	5	2.50	-	-	-	-	-	-	-	
รายได้สูงขึ้น	6	3.00	3	1.50	12	6.00	2	1.00	26	13.00	3	1.50	-	-	1	0.50	3	1.50	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	
มีความเชื่อที่ก่อให้เกิด มิตรสัมพันธ์	6	3.00	2	1.00	12	6.00	1	0.50	28	14.00	2	1.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-	
เพื่อความสะดวกในการเดินทาง	8	4.00	7	3.50	11	5.50	2	1.00	21	10.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	
ปัจจุบันนิยมใช้บริการทดแทนโบราณ	17	8.50	13	6.50	3	1.50	2	1.00	14	7.00	4	2.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	
อื่นๆ	-	-	1	0.50	-	-	-	-	48	24.00	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-		
รวม	86	6.14	45	3.21	42	3.00	7	0.50	163	11.84	21	1.50	16	1.14	11	0.79	6	0.43	58	4.14	-	-	-	-	-	-		

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการทดแทนโบราณใน ระดับไม่สำคัญ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการไปใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัจจัยอื่นๆ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านสุขภาพ	4.51 (มากที่สุด)	4.12 (มาก)	4.24 (มาก)	3.69 (มาก)	4.06 (มาก)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เพื่อความสบาย	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)	4.16 (มาก)	3.63 (มาก)	3.25 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รายได้สูงขึ้น	2.84 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	3.10 (น้อย)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
มีความเชื่อที่ช่วยให้ดูดี มีระดับ	1.95 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	2.12 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
เพื่อนหรือคนรู้จักมานวดเลยทำตาม	2.81 (น้อย)	2.82 (น้อย)	3.12 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่สำคัญ)
ปัจจุบันนิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ	3.62 (มาก)	3.39 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.63 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)	1.00 (ไม่สำคัญ)
รวม	2.96 (น้อย)	2.79 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.43 (น้อย)	1.00 (ไม่สำคัญ)

จากตารางที่ 83 พบว่าปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านสุขภาพ มากกว่าด้านอื่นๆ

ส่วนที่ 4 ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัญหาอื่นๆที่ผู้บริโภคมพบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ตารางที่ 84 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับธุรกิจบริการที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ											รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ปัญหาด้านเครื่องมือ	48	24.00	33	16.50	38	19.00	15	7.50	66	33.00	200	2.91	น้อย	
ปัญหาด้านสถานที่	42	21.00	36	18.00	32	16.00	31	15.50	59	29.50	200	2.86	น้อย	
ปัญหาด้านบุคคล	55	27.50	60	30.00	26	13.00	15	7.50	44	22.00	200	3.34	น้อย	
ปัญหาด้านราคา	40	20.00	45	22.50	41	20.50	8	4.00	66	33.00	200	2.93	น้อย	
ปัญหาด้านสัญลักษณ์	36	18.00	34	17.00	36	18.00	27	13.50	67	33.50	200	2.73	น้อย	
ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร	34	17.00	33	16.50	38	19.00	40	20.00	55	27.50	200	2.76	น้อย	
รวม	255	21.20	241	20.10	211	17.60	136	11.30	357	29.80	1,200	2.92	น้อย	

จากตารางที่ 84 พบว่าปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภครส่วนใหญ่พบจากการไปใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ในรายละเอียดของปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการแต่ละด้านที่ผู้บริโภครส่วนใหญ่พบอยู่ในระดับปัญหาน้อยทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ปัญหาด้านบุคคล ราคา เครื่องมือ สถานที่ วัสดุสื่อสาร และสัญลักษณ์

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค
 จำแนกตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่พบจากการใช้บริการหมวด
 แผนโบราณและเขต

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เขต																			
	ชาย						หญิง						รวม							
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านเครื่องมือ	40	20.00	28	13.00	33	16.50	11	5.50	45	22.50	8	4.00	7	3.50	5	2.50	4	2.00	21	10.50
ปัญหาด้านสถานที่	36	18.00	29	14.50	26	13.00	24	12.00	40	20.00	6	3.00	7	3.50	6	3.00	7	3.50	19	9.50
ปัญหาด้านบุคคล	46	23.00	50	25.00	20	10.00	9	4.50	30	15.00	9	4.50	10	5.00	6	3.00	6	3.00	14	7.00
ปัญหาด้านราคา	32	16.00	36	18.00	33	15.50	6	3.00	48	24.00	8	4.00	9	4.50	8	4.00	2	1.00	18	9.00
ปัญหาด้านสัญญาภัณฑ์	30	15.00	29	14.50	29	14.50	19	9.50	48	24.00	6	3.00	5	2.50	7	3.50	8	4.00	19	9.50
ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร	29	14.50	29	14.50	31	15.50	25	12.50	41	20.50	5	2.50	4	2.00	7	3.50	15	7.50	14	7.00
รวม	213	17.75	199	16.56	172	14.33	94	7.83	252	21.00	42	3.50	42	3.50	39	3.25	42	3.50	105	8.75

จากตาราง 85 พบว่าปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ
 หมวดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามระดับของปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับธุรกิจบริการที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	เทศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัญหาด้านเครื่องมือ	3.03 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)
ปัญหาด้านสถานที่	2.98 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)
ปัญหาด้านบุคคล	3.47 (น้อย)	2.87 (น้อย)
ปัญหาด้านราคา	2.99 (น้อย)	2.71 (น้อย)
ปัญหาด้านสัญลักษณ์	2.83 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)
ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร	2.87 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)
รวม	3.03 (น้อย)	2.54 (น้อย)

จากตารางที่ 86 พบว่าปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ปัญหาด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่พบจากการให้บริการนัดแผน
โบราณและอายุ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ(ปี)																									
	ต่ำกว่า 20						21 - 30						31 - 40													
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ											
ปัญหาด้านเครื่องมือ	2	1.00	-	2	1.00	-	8	4.00	8	4.00	16	8.00	1	0.50	12	6.00	24	12.00	14	7.00	14	7.00	6	2.50	36	18.00
ปัญหาด้านสถานที่	1	0.50	-	2	1.00	-	8	4.00	9	4.50	14	7.00	6	3.00	8	4.00	23	11.50	16	8.00	10	5.00	17	6.50	27	13.50
ปัญหาด้านบุคคล	1	0.50	-	2	1.00	-	15	7.50	12	6.00	10	5.00	4	2.00	4	2.00	30	15.00	24	12.00	9	4.50	5	2.50	25	12.50
ปัญหาด้านราคา	2	1.00	-	2	1.00	-	8	4.00	16	8.00	10	5.00	2	1.00	9	4.50	22	11.00	18	9.00	19	9.50	3	1.50	31	15.50
ปัญหาด้านผู้ให้บริการ	1	0.50	-	2	1.00	-	6	3.00	9	4.50	14	7.00	5	2.50	11	5.50	21	10.50	15	7.50	10	5.00	12	6.00	35	17.50
ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์	2	1.00	-	1	0.50	-	4	2.00	7	3.50	13	6.50	8	4.00	13	6.50	16	8.00	19	9.50	14	7.00	14	7.00	28	14.00
รวม	9	0.75	-	11	0.92	-	49	4.08	61	5.08	77	6.42	26	2.17	57	4.75	138	11.50	106	8.83	76	6.33	56	4.67	182	15.17

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ(ปี)																										
	41 - 50						51 - 60						60 ขึ้นไป														
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ												
ปัญหาด้านเครื่องมือ	9	4.50	6	3.00	5	2.50	7	3.50	15	7.50	5	2.50	4	2.00	1	0.50	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-
ปัญหาด้านสถานที่	6	3.00	8	4.00	4	2.00	4	2.00	10	5.00	4	2.00	2	1.00	3	1.50	4	2.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-
ปัญหาด้านบุคคล	5	2.50	19	9.50	2	1.00	6	3.00	10	5.00	4	2.00	3	1.50	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัญหาด้านราคา	6	3.00	7	3.50	6	3.00	3	1.50	20	10.00	2	1.00	4	2.00	3	1.50	-	-	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-
ปัญหาด้านผู้ให้บริการ	4	2.00	8	4.00	5	2.50	8	4.00	17	8.50	4	2.00	2	1.00	4	2.00	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-
ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์	6	3.00	5	2.50	8	4.00	12	6.00	11	5.50	4	2.00	2	1.00	5	2.50	2	1.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-
รวม	36	3.100	53	4.42	30	2.50	40	3.33	83	7.75	23	1.92	18	1.50	15	1.25	13	1.08	21	1.75	-	-	-	-	-	-	-

จากการใช้บริการนัดหมายไปหาคุณหมอ ส่วนใหญ่พบว่ามีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่พบ
จากตารางที่ 87 พบว่าปัญหาส่วนใหญ่พบประมาณในระดับน้อย มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคราย 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่พบในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคราย 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่พบในระดับมากที่สุด มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภคราย 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่พบในระดับมาก มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ สำหรับธุรกิจบริการที่พบจากการไปใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัญหาด้านเครื่องมือ	4.00 (มาก)	2.98 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.69 (น้อย)	3.40 (น้อย)	4.00 (มาก)
ปัญหาด้านสถานที่	3.00 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	4.00 (มาก)
ปัญหาด้านบุคคล	3.00 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.27 (น้อย)	4.00 (มาก)
ปัญหาด้านราคา	4.00 (มาก)	3.27 (น้อย)	2.97 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	3.00 (น้อย)
ปัญหาด้านสัญลักษณ์	3.00 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	3.13 (น้อย)	3.00 (น้อย)
ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร	3.50 (มาก)	2.58 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.60 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)
รวม	3.42 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.60 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.33 (น้อย)

จากตารางที่ 88 พบว่าปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ปัญหาด้านเครื่องมือ และราคา มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ปัญหาด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ปัญหาด้านเครื่องมือ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ปัญหาด้านเครื่องมือ สถานที่ และบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่พบจากการใช้บริการขนาดแผน
โปรแกรมและอาชีพ

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ																													
	ข้าราชการ						พนักงานบริษัทเอกชน																							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ															
ปัจจัยด้านชื่อเสียง	5	2.50	2	1.00	3	1.50	5	2.50	22	11.00	10	5.00	11	5.50	13	6.50	3	1.50	12	6.00	19	9.50	12	6.00	9	4.50	3	1.50	6	3.00
ปัจจัยด้านสถานที่	5	2.50	2	1.00	4	2.00	12	6.00	14	7.00	9	4.50	13	6.50	11	5.50	6	3.00	10	5.00	17	8.50	13	6.50	7	3.50	5	2.50	7	3.50
ปัจจัยด้านบุคคล	4	2.00	14	7.00	6	3.00	5	2.50	8	4.00	14	7.00	16	8.00	9	4.50	3	1.50	7	3.50	21	10.50	17	8.50	3	1.50	2	1.00	6	3.00
ปัจจัยด้านราคา	5	2.50	3	1.50	13	6.50	4	2.00	12	6.00	5	2.50	15	7.50	14	7.00	1	0.50	14	7.00	16	8.00	18	9.00	3	1.50	1	0.50	11	5.50
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	3	1.50	2	1.00	5	2.50	4	2.00	23	11.50	6	3.00	6	3.00	8	4.00	8	4.00	11	5.50	17	8.50	13	6.50	6	3.00	6	3.00	5	2.50
ปัจจัยด้านทัศนคติ	5	2.50	10	5.00	4	2.00	9	4.50	9	4.50	3	1.50	9	4.50	14	7.00	14	7.00	9	4.50	17	8.50	7	3.50	12	6.00	3	1.50	10	5.00
รวม	27	2.25	33	2.75	35	2.92	39	3.25	86	7.33	47	3.92	72	6.00	77	6.42	35	2.92	63	5.25	107	8.92	80	6.67	42	3.50	20	1.67	45	3.75

ปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ	อาชีพ																													
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว						รับจ้าง																							
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ															
ปัจจัยด้านชื่อเสียง	12	6.00	7	3.50	10	5.00	3	1.50	17	8.50	2	1.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านสถานที่	11	5.50	5	2.50	7	3.50	7	3.50	19	9.50	-	-	3	1.50	3	1.50	1	0.50	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านบุคคล	16	8.00	9	4.50	5	2.50	5	2.50	14	7.00	-	-	4	2.00	3	1.50	-	-	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านราคา	13	6.50	5	2.50	9	4.50	2	1.00	20	10.00	1	0.50	4	2.00	2	1.00	-	-	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านสัญลักษณ์	9	4.50	8	4.00	6	3.00	8	4.00	18	9.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ปัจจัยด้านทัศนคติ	6	3.00	5	2.50	7	3.50	13	6.50	18	9.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	67	5.38	39	3.25	44	3.67	36	3.17	108	8.63	7	0.58	17	1.42	13	1.08	4	0.33	55	4.58	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 89 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือของผู้บริโภคทุกอาชีพยกเว้นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่พบในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริหารคณาจารย์ที่พหุบัณฑิตวิทยาลัยและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่มาก ในระดับน้อย และมากที่สุด ตามลำดับ มากกว่าระดับอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการ สำหรับธุรกิจบริการที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาทางการตลาดบริการ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ปัญหาด้านเครื่องมือ	2.00 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.71 (มาก)	2.88 (น้อย)	2.13 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ปัญหาด้านสถานที่	2.24 (น้อยที่สุด)	3.10 (น้อย)	3.57 (มาก)	2.63 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ปัญหาด้านบุคคล	3.03 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.92 (มาก)	3.16 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ปัญหาด้านราคา	2.59 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.55 (มาก)	2.78 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ปัญหาด้านสัญลักษณ์	1.86 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อยที่สุด)	3.63 (มาก)	2.63 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร	2.81 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.37 (น้อย)	2.35 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.42 (น้อยที่สุด)	3.02 (น้อย)	3.63 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 90 พบว่าปัญหาส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคทุกอาชีพยกเว้นอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ปัญหาด้านบุคคล มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ปัญหาด้านวัสดุสื่อสาร มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 91 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านเครื่องมือ ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านเครื่องมือ	ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ไม่มีบริการห้องอบสมุนไพรบริการตัดผมทันทายและหญิง	48	24.00	31	15.50	30	15.00	12	6.00	79	39.50	200	2.79	น้อย
ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	43	21.50	24	12.00	26	13.00	11	5.50	96	48.00	200	2.54	น้อย
ไม่มีร้านอาหารภายในสถานที่	42	21.00	20	10.00	29	14.50	12	6.00	97	48.50	200	2.49	น้อยที่สุด
ไม่มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	46	23.00	26	13.00	20	10.00	8	4.00	100	50.00	200	2.55	น้อย
เสื้อผ้าที่ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด	59	29.50	40	20.00	19	9.50	11	5.50	71	35.50	200	3.03	น้อย
ไม่มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้จำหน่ายให้ลูกค้า ต้องนำมาเอง	30	15.00	21	10.50	24	12.00	18	9.00	107	53.50	200	2.25	น้อยที่สุด
มีบริการนวดแต่ในสถานที่อย่างเดียวไม่มีบริการนอกสถานที่	30	15.00	18	9.00	25	12.50	10	5.00	117	58.50	200	2.17	น้อยที่สุด
ไม่มีบริการรถรับส่งลูกค้า	30	15.00	16	8.00	26	13.00	11	5.50	117	58.50	200	2.15	น้อยที่สุด
ไม่มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	32	16.00	18	9.00	23	11.50	10	5.00	117	58.50	200	2.19	น้อยที่สุด
อื่นๆ	3	1.50	-	-	-	-	-	-	197	98.50	200	1.06	ไม่พบ
รวม	363	10.70	214	10.70	222	11.10	103	5.20	1,098	54.90	2,000	2.04	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 91 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.04 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านเครื่องมือแต่ละด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุดทุกด้าน ยกเว้นด้านเสื้อผ้าที่ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด ไม่มีบริการห้องอบสมุนไพรบริการตัดผมทันทายและหญิง ไม่มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อย และปัญหาอื่นๆ ได้แก่ ด้านไม่มีกระจกเงาติดไว้ให้ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่พบปัญหา

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีกระจกเงาติดไว้ให้

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามระดับของปัญหาด้านเครื่องมือที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนนโยบายและประเทศ

ปัญหาด้านเครื่องมือ	ประเทศ																			
	มาก						น้อย						พบ							
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีบริการซ่อมรถเราไปใช้บริการคัดคนทำนวดชายและหญิง	41	20.50	26	13.00	28	14.00	7	3.50	53	26.50	7	3.50	5	2.50	2	1.00	5	2.50	26	13.00
ไม่มีบริการขายยาและเครื่องมือในห้องนวด	36	18.00	20	10.00	22	11.00	8	4.00	69	34.50	7	3.50	4	2.00	4	2.00	3	1.50	27	13.50
ไม่มีร้านนวดทนายในสถานที่	34	17.00	18	9.00	26	13.00	10	5.00	67	33.50	8	4.00	2	1.00	3	1.50	2	1.00	30	15.00
ไม่มีสื่อคำไว้ให้ลูกค้าติดต่อเปลี่ยนเวลา	37	18.50	24	12.00	17	8.50	6	3.00	71	35.50	9	4.50	2	1.00	3	1.50	2	1.00	29	14.50
สื่อคำให้ลูกค้าติดต่อเปลี่ยนเวลาไม่ชัดเจน	49	24.50	33	16.50	14	7.00	9	4.50	50	25.00	10	5.00	7	3.50	5	2.50	2	1.00	21	10.50
ไม่มีบริการรับส่งรถรับบริการหมวดนวด	25	12.50	19	9.50	20	10.00	13	6.50	78	39.00	5	2.50	2	1.00	4	2.00	5	2.50	29	14.50
จำหน่ายให้ลูกค้า ต้องนำเอง	23	11.50	17	8.50	22	11.00	8	4.00	85	42.50	7	3.50	1	0.50	3	1.50	2	1.00	32	16.00
ไม่มีบริการนวดแต่ในสถานที่อย่างเตียง ไม่มีบริการนวดสถานที่	26	13.00	14	7.00	22	11.00	9	4.50	84	42.00	4	2.00	2	1.00	4	2.00	2	1.00	33	16.50
ไม่มีบริการรับส่งลูกค้า	26	13.00	17	8.50	20	10.00	9	4.50	83	41.50	6	3.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	34	17.00
อื่นๆ	3	1.50	-	-	-	-	-	-	152	76.00	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	300	15.00	188	9.40	191	9.55	79	3.95	792	39.60	63	3.15	26	1.30	31	1.55	24	1.20	306	15.30

พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ จากตารางที่ 92 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการไปใช้บริการนวดแผนโบราณ ในระดับไม่

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านเครื่องมือที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านเครื่องมือ	เทศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ไม่มีบริการห้องอบเขานำบริการตัดผมท่านชายและหญิง	2.97 (น้อย)	2.16 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	2.65 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)
ไม่มีร้านอาหารภายในสถานที่	2.63 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)
ไม่มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	2.68 (น้อย)	2.11 (น้อยที่สุด)
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด	3.14 (น้อย)	2.62 (น้อย)
ไม่มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้จำหน่ายให้ลูกค้า ต้องนำมาเอง	2.35 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)
มีบริการนวดแต่ในสถานที่อย่างเดียว ไม่มีบริการนอกสถานที่	2.26 (น้อยที่สุด)	1.87 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการรถรับส่งลูกค้า	2.28 (น้อยที่สุด)	1.71 (น้อยที่สุด)
ไม่มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	2.32 (น้อยที่สุด)	1.76 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.08 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.44 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 93 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีกระจกเงาติดไว้ให้

ปัญหา/ข้อเท็จจริง	41 - 50												51 - 60											
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ไม่มีบริการห้องพยาบาลบริการผู้พิการและผู้สูงอายุ	0	4.00	8	4.00	6	3.00	1	0.50	19	9.50	5	2.50	5	2.50	1	0.50	4	2.00	-	-	1	0.50		
ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงพยาบาล	7	3.50	2	1.00	3	1.50	3	1.50	27	13.50	4	2.00	3	1.50	1	0.50	7	3.50	-	-	-	-		
ไม่มีบริการรถเข็นในสถานที่	7	3.50	2	1.00	4	2.00	3	1.50	28	13.00	4	2.00	2	1.00	3	1.50	-	-	-	-	-	-		
ไม่มีสื่อวีซีดี/วีซีดี/วีซีดี/วีซีดี/วีซีดี	9	4.50	3	1.50	2	1.00	2	1.00	26	13.00	6	3.00	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-		
ไม่มีเจ้าหน้าที่ช่วยผู้พิการและผู้สูงอายุ	9	4.50	11	5.50	3	1.50	2	1.00	17	8.50	7	3.50	2	1.00	-	-	1	0.50	5	2.50	-	-		
ไม่มีเจ้าหน้าที่ช่วยผู้พิการและผู้สูงอายุ	6	3.00	3	1.50	6	3.00	4	2.00	23	11.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	-	-	7	3.50	-	-		
ไม่มีบริการรถเข็นในสถานที่อย่างเต็มที่ ไม่มีบริการ	7	3.50	3	1.50	1	0.50	2	1.00	29	14.50	3	1.50	1	0.50	4	2.00	-	-	7	3.50	-	-		
ไม่มีบริการรถเข็นผู้พิการ	6	3.00	1	0.50	4	2.00	3	1.50	28	14.00	4	2.00	2	1.00	2	1.00	-	-	7	3.50	-	-		
ไม่มีบริการรถเข็นผู้พิการ	6	3.00	2	1.00	2	1.00	3	1.50	29	14.50	4	2.00	2	1.00	2	1.00	-	-	7	3.50	-	-		
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	42	21.00	-	-	-	-	-	-	-	-	15	7.50	-	-		
รวม	65	3.25	35	1.75	31	1.55	23	1.15	286	13.30	42	2.10	21	1.05	15	0.75	1	0.05	71	3.55	1	0.05		

จากตารางที่ 94 พบว่ามีปัญหาด้านเครื่องมือและผู้บริโภครักษาพยาบาลที่ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากใช้บริการนัดแผน
 โบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ผู้บริโภครักษาพยาบาล ในระดับน้อย มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านเครื่องมือที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านเครื่องมือ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (ไม่พบ)
ไม่มีบริการห้องอบเขาน้ำบริการตัดผมทำนวดชายและหญิง	3.25 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.64 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	3.25 (น้อย)	2.84 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีร้านอาหารภายในสถานที่	4.00 (มาก)	2.62 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.07 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด	4.00 (มาก)	2.56 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.21 (น้อยที่สุด)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด	4.00 (มาก)	2.91 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.83 (น้อย)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)
ไม่มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้ จำหน่ายให้ลูกค้า ต้องนำมาเอง	4.00 (มาก)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.06 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
มีบริการนวดแต่ในสถานที่อย่างเดียว ไม่มีบริการนอก สถานที่	4.00 (มาก)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.04 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีบริการรับส่งลูกค้า	3.00 (น้อย)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีบริการรับจองคิวล่วงหน้าให้กับลูกค้า	3.00 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.13 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	3.35 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.07 (น้อยที่สุด)	2.75 (น้อย)	1.30 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 95 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านไม่มีร้านอาหารภายในสถานที่ ไม่มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวด เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด ไม่มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้จำหน่ายให้ลูกค้า ต้องนำมาเอง และมีบริการนวดแต่ในสถานที่อย่างเดียว ไม่มีบริการนอกสถานที่ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าผลัดเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่มีบริการห้องอบเขาน้ำ บริการตัดผมทำนวดชายและหญิง มากกว่าด้านอื่นๆ

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีกระจกเงาติดไว้ให้

จำนวนค่าจ้างและร้อยละของผู้บริโภค
 จำนวนตามปัญหาด้านเครื่องมือที่พบจากการใช้บริการตามแผนโบราณและอาชีพ

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค

ปัญหาด้านเครื่องมือ	ข้าชายาก												พนักงานรับแขก												พนักงานรับคาน้ำ											
	มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่พบ			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่พบ			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่พบ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ไม่มีบริการห้องนอนสามบ้านบริการต้อนรับท่านชายและหญิง	13	6.50	4	2.00	3	1.50	2	1.00	15	7.50	8	4.00	8	4.00	11	5.50	3	1.50	19	9.50	18	9.00	10	5.00	8	4.00	2	1.00	11	5.50						
ไม่มีบริการรถทางสะดวกขึ้นไปยังนวด	14	7.00	1	0.50	2	1.00	4	2.00	16	8.00	7	3.50	10	5.00	8	4.00	2	1.00	22	11.00	14	7.00	10	5.00	7	3.50	3	1.50	15	7.50						
ไม่มีร้านอาหารภายในสถานที่	13	6.50	-	-	3	1.50	3	1.50	16	8.00	8	4.00	7	3.50	10	5.00	1	0.50	23	11.50	14	7.00	7	3.50	9	4.50	2	1.00	17	8.50						
ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นแบบมาตรฐาน	15	7.50	-	-	1	0.50	1	0.50	20	10.00	7	3.50	9	4.50	7	3.50	2	1.00	24	12.00	15	7.50	11	5.50	7	3.50	3	1.50	13	6.50						
เตียงที่ให้บริการไม่สะอาดหรือมีกลิ่นไม่พึงประสงค์	15	7.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	14	7.00	12	6.00	13	6.50	4	2.00	-	-	20	10.00	15	7.50	14	7.00	5	2.50	4	2.00	11	5.50						
ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ	4	2.00	-	-	2	1.00	5	2.50	26	13.00	7	3.50	6	3.00	11	5.50	2	1.00	23	11.50	14	7.00	12	6.00	5	2.50	3	1.50	15	7.50						
พนักงานไม่ยิ้มแย้ม	4	2.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	28	14.00	5	2.50	5	2.50	9	4.50	2	1.00	28	14.00	15	7.50	9	4.50	8	4.00	2	1.00	15	7.50						
มีบริการรถรับส่งในสถานที่อย่างเพียงพอ	4	2.00	-	-	3	1.50	3	1.50	27	13.50	5	2.50	6	3.00	8	4.00	1	0.50	29	14.50	18	9.00	6	3.00	7	3.50	4	2.00	16	8.00						
ไม่มีบริการรถรับส่งลูกค้า	4	2.00	-	-	3	1.50	2	1.00	28	14.00	6	3.00	6	3.00	9	4.50	1	0.50	27	13.50	15	7.50	8	4.00	6	3.00	5	2.50	15	7.50						
ไม่มีบริการรถรับส่งลูกค้า	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50						
รวม	86	4.30	11	0.55	21	1.05	23	1.15	229	11.45	65	3.25	70	3.50	77	3.85	14	0.70	264	13.20	136	6.80	87	4.35	62	3.10	28	1.40	177	8.85						

ปัญหาด้านเครื่องมือ	ประเภทยุक्तिกรณ์ตัว												อื่นๆ														
	มากที่สุด			น้อย			ไม่มีผล			มากที่สุด			น้อย			ไม่มีผล			มากที่สุด			น้อย			ไม่มีผล		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ไม่มีบริการซ่อมแซมยานยนต์และหญิง	8	4.00	9	4.50	5	2.50	2	1.00	25	12.50	1	0.50	-	-	3	1.50	3	1.50	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีบริการซ่อมและเสิร์จลิ่งไม่พร้อม	7	3.50	3	1.50	6	3.00	1	0.50	32	16.00	1	0.50	-	-	3	1.50	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีบริการทอภายในสถานที่	5	2.50	6	3.00	4	2.00	6	3.00	28	14.00	2	1.00	-	-	3	1.50	-	-	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีสื่อฯให้ลูกค้านัดเปลี่ยนสถานที่	7	3.50	5	2.50	3	1.50	1	0.50	33	16.50	2	1.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-
สื่อฯที่ให้ลูกค้านัดเปลี่ยนสถานที่ไม่ตรง	15	7.50	6	3.00	5	2.50	5	2.50	18	9.00	2	1.00	2	1.00	3	1.50	1	0.50	8	4.00	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีสื่อฯส่งแจ้งรับรถพ่วงจากบดเมื่อ	3	1.50	3	1.50	4	2.00	6	3.00	33	16.50	2	1.00	-	-	2	1.00	2	1.00	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-
พ่วงภายในลูกค้า ต้องนำเอกสาร																											
มีบริการนัดแต่ในสถานที่อย่างเดียว ไม่มีบริการนอกสถานที่	4	2.00	3	1.50	5	2.50	3	1.50	34	17.00	2	1.00	-	-	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีบริการรับส่งลูกค้า	4	2.00	4	2.00	7	3.50	2	1.00	32	16.00	1	0.50	-	-	1	0.50	1	0.50	13	6.50	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีบริการจองคิลงานให้กับลูกค้า	6	3.00	4	2.00	4	2.00	1	0.50	34	17.00	1	0.50	-	-	1	0.50	1	0.50	13	6.50	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-
รวม	59	2.95	43	2.15	43	2.15	27	1.35	316	15.90	14	0.70	3	0.15	19	0.95	11	0.55	113	5.65	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 96 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้ใช้บริการพบมากที่สุดในรายการนี้พบมากกวาระดับ

ตารางที่ 97 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านเครื่องมือที่พบจากการ
ใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านเครื่องมือ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ไม่มีบริการห้องอบเขานำบริการตัดผมทำนชายและหญิง	2.95 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.45 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องนวด	2.81 (น้อย)	2.55 (น้อย)	3.10 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีร้านอาหารภายในสถานที่	2.65 (น้อย)	2.51 (น้อย)	2.98 (น้อย)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีเสื้อผ้าไว้ให้ลูกค้าสลับเปลี่ยนเวลานวด	2.70 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	3.24 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
เสื้อผ้าที่ให้ลูกค้าสลับเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด	3.16 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.37 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มียาหรือน้ำมันสำหรับบรรเทาอาการปวดเมื่อยให้ จำหน่ายให้ลูกค้า ต้องนำมาเอง	1.68 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	3.14 (น้อย)	1.71 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
มีบริการนวดแต่ในสถานที่อย่างเดียว ไม่มีบริการนอก สถานที่	1.68 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	3.14 (น้อย)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีบริการรับส่งลูกค้า	1.68 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	3.04 (น้อย)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.44 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีบริการรับของควงหน้าให้กับลูกค้า	1.65 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)	3.06 (น้อย)	1.92 (น้อยที่สุด)	1.44 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.24 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.20 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.95 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.71 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 97 พบว่าปัญหาด้านเครื่องมือที่ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการ พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้าน
ไม่มีบริการห้องอบเขานำบริการตัดผมทำนชายและหญิง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเสื้อผ้าที่ให้
ลูกค้าสลับเปลี่ยนเวลานวดไม่สะอาด มากกว่าด้านอื่นๆ

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่มีกระจกเงาติดไว้ให้

ตารางที่ 98 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตาม ปัญหาด้านสถานที่ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านสถานที่	ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ											รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		จำนวน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ห้องนวดแคบ อึดอัด	50	25.00	40	20.00	17	8.50	12	6.00	81	40.50	200	2.83	น้อย	
ลักษณะของห้องนวด ฟูกหรือเตียงและหมอน คบปรก	48	24.00	44	22.00	21	10.50	14	7.00	73	36.50	200	2.90	น้อย	
แอร์ไม่เย็น	62	31.00	50	25.00	20	10.00	12	6.00	56	28.00	200	3.25	น้อย	
บรรยากาศภายในห้องนวดไม่ดี	41	20.50	40	20.00	25	12.50	17	8.50	77	38.50	200	2.76	น้อย	
เตียงคิง อีกรีก	41	20.50	41	20.50	26	13.00	19	9.50	73	36.50	200	2.79	น้อย	
ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องแอร์หรือพัดลมได้ เพราะมีห้องนวดแบบเดียว	31	15.50	23	11.50	17	8.50	10	5.00	119	59.50	200	2.19	น้อยที่สุด	
มีห้องนวดจำนวนน้อย ต้องนั่งรอนาน	43	21.50	25	12.50	15	7.50	11	5.50	106	53.00	200	2.44	น้อยที่สุด	
ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียงได้	34	17.00	22	11.00	17	8.50	11	5.50	116	58.00	200	2.24	น้อยที่สุด	
ไม่มีห้องหลายระดับให้เลือกตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ พี ห้องธรรมดา	30	15.00	22	11.00	25	12.50	3	1.50	120	60.00	200	2.19	น้อยที่สุด	
ห้องนวดไม่เป็นสัดส่วน ไม่มีคิวดิจ ไม่มีความเป็นส่วนตัว	42	21.00	23	11.50	30	15.00	6	3.00	99	49.50	200	2.52	น้อย	
สถานที่จอดรถไม่สะดวกสบาย ไม่ปลอดภัยไม่เพียงพอ	39	19.50	26	13.00	21	10.50	6	3.00	108	54.00	200	2.41	น้อยที่สุด	
ห้องน้ำสกปรก บริเวณไม่เพียงพอ	50	25.00	42	21.00	31	15.50	13	6.50	64	32.00	200	3.01	น้อย	
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมไม่สะดวก ไปยาก	37	18.50	19	9.50	22	11.00	11	5.50	111	55.50	200	2.30	น้อยที่สุด	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ	
รวม	5648	19.60	417	14.90	287	10.30	145	5.20	1,403	50	2,800	3.21	น้อย	

จากตารางที่ 98 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.21 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านสถานที่แต่ละด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยทุกด้าน ยกเว้นด้านมีห้องนวดจำนวนน้อย ต้องนั่งรอนาน สถานที่จอดรถไม่สะดวกสบาย ไม่ปลอดภัยไม่เพียงพอ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมไม่สะดวก ไปยาก ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียงได้ ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องแอร์หรือพัดลมได้เพราะมีห้องนวดแบบเดียว และไม่มีห้องหลายระดับให้เลือกตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ พี ห้องธรรมดา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุดทุกด้าน

จากตารางที่ ๑๑ พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภครู้สึกทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการไปใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่
พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่ที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย ค่าเฉลี่ย	หญิง ค่าเฉลี่ย
ห้องนวดแคบ อึดอัด	3.05 (น้อย)	2.09 (น้อยที่สุด)
ลักษณะของห้องนวด ฟูกหรือเตียงและหมอน สกปรก	3.04 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)
แอร์ไม่เย็น	3.45 (น้อย)	2.56 (น้อย)
บรรยากาศภายในห้องนวดไม่ดี	2.94 (น้อย)	2.11 (น้อยที่สุด)
เสียงดัง อึกทึก	2.94 (น้อย)	2.29 (น้อยที่สุด)
ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องแอร์หรือพัดลมได้เพราะมีห้องนวดแบบเดียว	2.35 (น้อยที่สุด)	1.60 (น้อยที่สุด)
มีห้องนวดจำนวนน้อย ต้องนั่งรอนาน	2.60 (น้อย)	1.89 (น้อยที่สุด)
ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องเดี่ยว ห้องคู่และหลายเตียงได้	2.39 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)
ไม่มีห้องหลายระดับให้เลือกตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ ที ห้องธรรมดา	2.34 (น้อยที่สุด)	1.71 (น้อยที่สุด)
ห้องนวดไม่เป็นสัดส่วน ไม่มีมิดชิด ไม่มีความเป็นส่วนตัว	2.71 (น้อย)	1.84 (น้อยที่สุด)
สถานที่จอดรถไม่สะดวกสบาย ไม่ปลอดภัย ไม่เพียงพอ	2.57 (น้อย)	1.87 (น้อยที่สุด)
ห้องน้ำสกปรก ปริมาณไม่เพียงพอ	3.12 (น้อย)	2.60 (น้อย)
สถานที่ตั้งอยู่ไกลที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมไม่สะดวก ปลายทาง	2.48 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.64 (น้อย)	1.95 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 100 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านแอร์ไม่เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ตามาตราที่ 101 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริจาค
 จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่ที่พบจากการให้บริการводแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านสถานที่	ต่ำกว่า 20										21 - 30										31 - 40									
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้องควบคุม อีทีอี	1	0.50	1	0.50	1	0.50	-	-	1	0.50	11	5.50	11	5.50	6	3.00	3	1.50	14	7.00	22	11.00	22	11.00	8	4.00	7	3.50	34	17.50
ด้านหน้าของห้องควบคุม ตู้เก็บหรือสิ่งของและหมอน	1	0.50	2	1.00	-	-	-	1	0.50	12	6.00	10	5.00	6	3.00	2	1.00	15	7.50	24	12.00	24	12.00	10	5.00	8	4.00	31	15.50	
สถาปัตยกรรม	1	0.50	2	1.00	-	-	-	1	0.50	9	4.50	10	5.00	10	5.00	1	0.50	15	7.50	19	9.50	19	9.50	8	4.00	9	4.50	25	12.50	
แบริ่งไม่เสถียร	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	9	4.50	7	3.50	10	5.00	3	1.50	16	8.00	22	11.00	22	11.00	9	4.50	9	4.50	33	16.50
บรรยากาศภายในห้องควบคุมไม่ดี	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	8	4.00	6	3.00	14	7.00	4	2.00	13	6.50	20	10.00	23	11.50	7	3.50	9	4.50	34	17.00
เตียงหรือ อีทีอี	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	7	3.50	5	2.50	6	3.00	2	1.00	25	12.50	13	6.50	10	5.00	7	3.50	6	3.00	57	28.50
ไม่สามารถเข้าถึงห้องควบคุมที่เป็นห้องเตรียมห้อง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
พัดลมใต้เพดานมีห้องควบคุมเดียว	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	11	5.50	5	2.50	8	4.00	3	1.50	18	9.00	19	9.50	13	6.50	4	2.00	5	2.50	52	26.00
มีห้องควบคุมจำนวนน้อย ซึ่งไม่เหมาะสม	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	7	3.50	4	2.00	6	3.00	4	2.00	24	12.00	18	9.00	10	5.00	6	3.00	6	3.00	53	26.50
ไม่สามารถเข้าถึงห้องควบคุมที่เป็นห้องเตรียมห้อง และหลายเตียงได้	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	8	4.00	4	2.00	9	4.50	-	-	24	12.00	13	6.50	11	5.50	9	4.50	3	1.50	57	28.50
ไม่มีห้องเตรียมห้องทำให้สถานการณ์ตึงเครียด	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	12	6.00	3	1.50	11	5.50	-	-	19	9.50	19	9.50	13	6.50	11	5.50	4	2.00	48	23.00
เช่น ห้องวี ไอ ซี ห้องเตรียม	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	8	4.00	4	2.00	9	4.50	-	-	23	11.5	21	10.50	14	7.00	7	3.50	4	2.00	47	23.50
ห้องควบคุมไม่เป็นสัดส่วน ไม่มีจุด ไม่มีควมเป็นส่วนตัว	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	6	3.00	3	1.50	11	5.50	-	-	19	9.50	19	9.50	13	6.50	11	5.50	4	2.00	48	23.00
สถานที่จอดรถ ไม่สะดวกมาก ไม่ปลอดภัย ไม่เพียงพอ	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	8	4.00	4	2.00	9	4.50	1	0.5	23	11.5	21	10.50	14	7.00	7	3.50	4	2.00	47	23.50
ห้องน้ำกลั่น ปริมาณไม่เพียงพอ	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	13	6.50	11	5.50	8	4.00	3	1.5	10	5.0	23	11.50	20	10.00	13	6.50	8	4.00	29	14.50
สถานที่ตั้งตู้เก็บที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคม ไม่สะดวก ไม่ยาว	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	8	4.00	2	1.00	11	5.50	2	1.0	22	11.0	18	9.00	10	5.00	5	2.50	6	3.00	54	27.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	3	0.11	20	0.71	16	0.57	-	-	17	0.61	123	4.39	82	2.93	114	4.07	28	1.00	283	10.00	258	9.21	211	7.54	104	3.71	84	3.00	645	23.04

ปัญหา/ด้านสถานที่	ภายใน												นอก											
	41-50						51-60						60 ขึ้นไป											
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ							
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ							
ห้องนอนคน ยี่สิบสี่	8	4.00	5	2.50	2	1.00	2	1.00	8	4.00	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50					
สำนักงานห้องนอน ฟังก์ชันเตียงและตอน	8	4.00	5	2.50	4	2.00	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-	-	1	0.50	-	-					
สถาปน	13	6.50	14	7.00	2	1.00	1	0.50	12	6.00	7	3.50	4	2.00	-	-	-	-	-					
แต่ไม่ใช่	7	3.50	6	3.00	4	2.00	5	2.50	20	10.00	5	2.50	3	1.50	1	0.50	-	-	1	0.50				
บรรยากาศภายในห้องนอนไม้	6	3.00	9	4.50	3	1.50	5	2.50	19	9.50	7	3.50	1	0.50	1	0.50	-	-	1	0.50				
เตียงสี่ มียก	6	3.00	3	1.50	3	1.50	1	0.50	29	14.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50				
ไม่สามารถเลือกห้องนอนที่เป็นห้องสี่หรือ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
ห้องนอนที่หยาบมีห้องนอนแบบเตียง	6	3.00	3	1.50	2	1.00	2	1.00	29	14.00	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-	1	0.50				
มีห้องนอนจำนวนน้อย ซึ่งนอนรวม	4	2.00	4	2.00	3	1.50	-	-	31	15.50	5	2.50	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50				
ไม่สามารถเลือกห้องนอนที่เป็นห้องเตียง ห้องคู่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
และหลายเตียงได้	5	2.50	2	1.00	5	2.50	-	-	30	15.00	4	2.00	4	2.00	-	-	-	-	1	0.50				
ไม่มีห้องนอนจะหยาบไม่ได้เลือกตามความต้องการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
เช่น ห้องวี ใจ ที่ ห้องรวมดา	6	3.00	3	1.50	6	3.00	2	1.00	25	12.50	5	2.50	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50				
ห้องนอนไม่เป็นสัดส่วน ไม่ใกล้ชิด ไม่มีความเป็น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
ส่วนตัว	4	2.00	5	2.50	3	1.50	1	0.50	29	14.50	6	3.00	2	1.00	-	-	-	-	1	0.50				
สถานที่จอดรถ ไม่สะดวกมาก ไม่ปลอดภัย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
ไม่เพียงพอ	9	4.50	7	3.50	7	3.50	2	1.00	17	8.50	5	2.50	3	1.50	1	0.50	-	-	1	0.50				
ห้องน้ำสกปรก มีกลิ่นไม่พึงประสงค์	5	2.50	3	1.50	4	2.00	3	1.50	27	13.50	6	3.00	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50				
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
ไม่สะดวก ไม่ตาก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
อื่นๆ	87	3.11	89	2.46	49	1.75	28	1.00	355	12.68	77	2.75	33	1.16	4	0.18	91	3.25	2	0.07				
รวม																								

จากตารางที่ 101 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ของผู้บริโภคทุกช่วงอายุส่วนใหญ่พบจากใช้บริการรวมคนในปริมาณ ในระดับไม่พบ มากกว่า

ระดับอื่นๆ

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่ที่พบจากการใช้บริการ
 ขนาดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านสถานที่	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (ไม่พบ)
ห้องขนาดแคบ ซิดจัด	3.25 (น้อย)	3.04 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ลักษณะของห้องขนาด ฟูกหรือเตียงและหมอน สกปรก	3.60 (มาก)	3.04 (น้อย)	2.94 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	3.27 (น้อย)	4.00 (มาก)
แอร์ไม่เย็น	3.60 (มาก)	2.93 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)
บรรยากาศภายในห้องไม่ดี	3.00 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
เสียงดัง อึกทึก	3.00 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.48 (น้อยที่สุด)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่สามารถเลือกห้องขนาดที่เป็นห้องแอร์หรือพัดลมได้เพราะมี ห้องขนาดแบบเดียว	3.25 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.10 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
มีห้องขนาดจำนวนน้อย ต้องนั่งรอนาน	3.00 (น้อย)	2.73 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่สามารถเลือกห้องขนาดที่เป็นห้องเดี่ยวห้องคู่และหลายเตียงได้	2.75 (น้อย)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีห้องหลายระดับให้เลือกตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ ที ห้องธรรมดา	2.75 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.86 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ห้องขนาดไม่เป็นสัดส่วน ไม่มีคิวดู ไม่มีความเป็นส่วนตัว	2.75 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
สถานที่จอดรถไม่สะดวกสบาย ไม่ปลอดภัย ไม่เพียงพอ	2.75 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ห้องน้ำสกปรก ปริมาณไม่เพียงพอ	2.75 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.74 (น้อย)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
สถานที่ตั้งอยู่ไกลที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคมไม่สะดวก ไปยาก	2.75 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.27 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.86 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.16 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.43 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 102 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 60 ปี ขึ้นไปส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการขนาดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านลักษณะของห้องขนาด ฟูกหรือเตียงและหมอน สกปรก และแอร์ไม่เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านห้องน้ำสกปรก ปริมาณไม่เพียงพอ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านแอร์ไม่เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 103 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่พบจากการใช้บริการรถแวนไปรษณีย์และอาีพี

ปัญหาด้านสถานที่	จำนวนผู้ใช้งาน												พนักงานผู้ใช้งาน																					
	ชาย						หญิง						ชาย						หญิง															
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ										
ทั้งหมด	7	3.50	4.00	10	5.00	2	1.00	2	1.00	5	2.50	13	6.50	11	5.50	14	7.00	6	3.00	1	0.50	17	8.50	18	9.00	11	5.50	5	2.50	1	0.50	14	7.00	
ผู้ใช้งาน	8	4.00	10	5.00	2	1.00	2	1.00	5	2.50	12	6.00	11	5.50	15	7.50	7	3.50	2	1.00	2	1.00	14	7.00	17	8.50	11	5.50	5	2.50	2	1.00	14	7.00
ผู้ใช้งาน	20	10.00	5	2.50	2	1.00	2	1.00	9	4.50	9	4.50	9	4.50	16	8.00	9	4.50	4	2.00	4	2.00	11	5.50	19	9.50	14	7.00	4	2.00	2	1.00	10	5.00
ผู้ใช้งาน	6	3.00	10	5.00	2	1.00	2	1.00	14	7.00	10	5.00	11	5.50	11	5.50	8	4.00	2	1.00	2	1.00	17	8.50	14	7.00	14	7.00	5	2.50	2	1.00	14	7.00
ผู้ใช้งาน	6	3.00	12	6.00	3	1.50	2	1.00	14	7.00	7	3.50	12	6.00	12	6.00	10	5.00	4	2.00	4	2.00	16	8.00	16	8.00	12	6.00	4	2.00	4	2.00	13	6.50
ผู้ใช้งาน	5	2.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	29	14.50	6	3.00	8	4.00	4	2.00	4	2.00	4	2.00	4	2.00	27	13.50	15	7.50	9	4.50	9	4.50	1	0.50	15	7.50
ผู้ใช้งาน	4	2.00	2	1.00	1	0.50	4	2.00	26	13.00	11	5.50	7	3.50	3	1.50	3	1.50	4	2.00	4	2.00	24	12.00	17	8.50	11	5.50	6	3.00	-	-	15	7.50
ผู้ใช้งาน	4	2.00	2	1.00	1	0.50	3	1.50	27	13.50	6	3.00	10	5.00	3	1.50	3	1.50	4	2.00	4	2.00	26	13.00	16	8.00	7	3.50	7	3.50	2	1.00	17	8.50
ผู้ใช้งาน	4	2.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	28	14.00	7	3.50	8	4.00	6	3.00	6	3.00	1	0.50	1	0.50	27	13.50	12	6.00	11	5.50	8	4.00	-	-	18	9.00
ผู้ใช้งาน	5	2.50	2	1.00	10	5.00	3	1.50	17	8.50	9	4.50	7	3.50	6	3.00	6	3.00	1	0.50	1	0.50	24	12.00	16	8.00	12	6.00	5	2.50	-	-	16	8.00
ผู้ใช้งาน	5	2.50	1	0.50	3	1.50	1	0.50	27	13.50	7	3.50	9	4.50	7	3.50	7	3.50	1	0.50	1	0.50	25	12.50	14	7.00	11	5.50	6	3.00	1	0.50	17	8.50
ผู้ใช้งาน	7	3.50	10	5.00	4	2.00	3	1.50	13	6.50	13	6.50	11	5.50	8	4.00	8	4.00	2	1.00	2	1.00	15	7.50	12	6.00	14	7.00	6	3.00	1	0.50	18	9.00
ผู้ใช้งาน	3	1.50	2	1.00	2	1.00	3	1.50	27	13.50	6	3.00	7	3.50	8	4.00	8	4.00	3	1.50	3	1.50	25	12.50	16	8.00	8	4.00	7	3.50	1	0.50	17	8.50
ผู้ใช้งาน	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50
รวม	84	3.00	68	2.43	36	1.29	37	1.32	283	10.46	113	4.04	135	4.82	88	3.14	88	3.14	33	1.18	33	1.18	317	11.32	202	7.21	145	5.18	77	2.75	17	0.61	245	8.75

ปัญหา/สถานการณ์	ปริมาณผู้เสียหาย												สิ่งปลูก																			
	มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่เกิด				มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่เกิด			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ห้องนอนคน ยี่สิบสี่	13	6.50	5	2.50	2	1.00	3	1.50	26	13.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	11	5.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	11	5.50
ห้องประชุมห้องสมุด ฟูทбольฮอลล์และคอน	11	5.50	6	3.00	5	2.50	4	2.00	23	11.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	2	1.00	10	5.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	10	5.00		
ศาลากลาง	13	6.50	11	5.50	3	1.50	5	2.50	17	8.50	1	0.50	4	2.00	2	1.00	2	1.00	2	1.00	9	4.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แอร์ไลน์	10	5.00	5	2.50	8	4.00	4	2.00	22	11.00	1	0.50	-	-	1	0.50	4	2.00	4	2.00	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บรรณารักษณานไม่ห้องสมุด	11	5.50	5	2.50	7	3.50	6	3.00	20	10.00	1	0.50	-	-	2	1.00	3	1.50	3	1.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่ผ่านการศึกษาทั้งหมดที่เป็นห้องสมุด	4	2.00	4	2.00	2	1.00	3	1.50	36	18.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ฟุตบอลทีมชาติที่มีห้องสมุดแบบเดียว	10	5.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	29	14.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
มีห้องสมุดจำนวนน้อย สิ่งไม่สมบูรณ์	7	3.50	3	1.50	3	1.50	1	0.50	35	17.50	1	0.50	-	-	3	1.50	1	0.50	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่ผ่านการเลือกห้องสมุดที่เป็นห้องสมุด ทั้งผู้ดูแลและผู้รับใช้	6	3.00	2	1.00	5	2.50	1	0.50	35	17.50	1	0.50	-	-	3	1.50	-	-	-	-	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีห้องสมุดระดับใช้เลือกตามความถี่ในการ เช่น ห้องวี ไล ที่ ห้องสมุด	11	5.50	2	1.00	5	2.50	2	1.00	29	14.50	1	0.50	-	-	2	1.00	-	-	-	-	13	6.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ห้องสมุดไม่เป็นห้องสมุด ไม่มีชีวิต ไม่มีความเป็น ส่วนตัว	12	6.00	4	2.00	3	1.50	2	1.00	28	14.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สถานศึกษา ไม่สะดวกมาก ไม่ปลอดภัย ไม่เพียงพอ	17	8.50	6	3.00	7	3.50	5	2.50	14	7.00	1	0.50	1	0.50	6	3.00	2	1.00	2	1.00	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้าน ทัศนียภาพ ไม่สะดวก ไปยาก	11	5.50	2	1.00	3	1.50	2	1.00	31	15.50	1	0.50	-	-	2	1.00	2	1.00	2	1.00	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	136	4.86	59	2.11	57	2.04	40	1.43	394	14.07	13	0.46	10	0.36	29	1.04	18	0.64	18	0.64	154	5.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

จากตารางที่ 103 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริจาคทุกอายุที่พบมากที่สุดในประเทศไทย ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่ที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านสถานที่	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ห้องนวดแคบ อึดอัด	2.81 (น้อย)	3.02 (น้อย)	3.37 (น้อย)	2.51 (น้อย)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ลักษณะของห้องนวด ฟูกหรือเตียงและหมอนสกปรก	2.92 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.55 (น้อย)	1.94 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
แอร์ไม่เย็น	3.70 (มาก)	3.16 (น้อย)	3.61 (มาก)	2.96 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
บรรยากาศภายในห้องนวดไม่ดี	2.70 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.24 (น้อย)	2.53 (น้อย)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
เสียงดัง อึกทึก	2.84 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.29 (น้อย)	2.61 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องแอร์หรือที่ลมได้เพราะมี ห้องนวดแบบเดียว	1.70 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	3.16 (น้อย)	1.71 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
มีห้องนวดจำนวนน้อย ต้องนั่งรอนาน	1.76 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่สามารถเลือกห้องนวดที่เป็นห้องเดี่ยวห้องคู่และหลายเตียง	1.73 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	3.08 (น้อย)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีห้องหลายระดับให้เลือกตามความต้องการ เช่น ห้องวี ไอ ที ห้องธรรมดา	1.70 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	1.84 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ห้องนวดไม่เป็นสัดส่วน ไม่มีครีดยุติ ไม่มีความเป็นส่วนตัว	2.32 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	3.24 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
สถานที่จอดรถไม่สะดวกสบาย ไม่ปลอดภัย ไม่เพียงพอ	1.81 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	3.08 (น้อย)	2.39 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ห้องนำสกปรก ปริมาณไม่เพียงพอ	2.86 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
สถานที่ตั้งอยู่ไกลที่ทำงานหรือบ้าน การคมนาคม ไม่สะดวก ไปยาก	1.68 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	3.10 (น้อย)	2.18 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.25 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.28 (น้อยที่สุด)	1.71 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 104 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่พบจาก
การให้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านแอร์ไม่เย็น มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 105 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตาม
ปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านบุคคล	ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
พนักงานนวดขาดประสบการณ์ ความชำนาญ มีมือและความรู้ในการนวดแผนโบราณ	53	28.50	28	14.00	16	8.00	12	6.00	91	45.50	200	2.70	น้อย
พนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดีไม่ยิ้มแย้ม	44	22.00	23	11.50	22	11.00	26	13.00	85	42.50	200	2.58	น้อย
พนักงานนวดไม่สามารถอธิบายและไม่สามารถแนะนำ เรื่องนวดแผนโบราณได้	35	17.50	32	16.00	18	9.00	12	6.00	105	52.50	200	2.40	น้อยที่สุด
พนักงานนวดขาดความสนใจในการให้บริการ	36	18.00	23	11.50	19	9.50	14	7.00	108	54.00	200	2.33	น้อยที่สุด
พนักงานนวดบุคลิกไม่ดี	34	17.00	23	11.50	18	9.00	14	7.00	111	55.50	200	2.28	น้อยที่สุด
พนักงานนวดไม่สุภาพทักทายไม่ดี	37	18.50	17	8.50	22	11.00	30	15.00	94	47.00	200	2.37	น้อยที่สุด
พนักงานนวดไม่มีความสะอาดในสถานที่ให้บริการ	38	19.00	14	7.00	25	12.50	13	6.50	111	55.00	200	2.29	น้อยที่สุด
พนักงานนวดแต่งกายไม่เหมาะสมสกปรก	34	17.00	19	9.50	22	11.00	23	11.50	102	51.00	200	2.30	น้อยที่สุด
พนักงานนวดไม่มีความรับผิดชอบและไม่รู้จักหน้าที่	32	16.00	18	9.00	23	11.50	18	9.00	109	54.50	200	2.23	น้อยที่สุด
พนักงานนวดไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	33	16.50	22	11.00	24	12.00	23	11.50	98	49.00	200	2.35	น้อยที่สุด
พนักงานนวดรอที่ปากลูกค้ายาว	47	23.50	30	15.00	31	15.50	16	8.00	76	38.00	200	2.78	น้อย
พนักงานนวดไม่ตรงต่อเวลา โกงเวลาลูกค้า บริการช้า	39	19.50	31	15.50	33	16.50	10	5.00	87	43.50	200	2.63	น้อย
พนักงานนวดให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน เลือกลูกค้า	30	15.00	34	17.00	24	12.00	11	5.50	101	50.50	200	2.40	น้อยที่สุด
พนักงานนวดสื่อสารกับลูกค้าไม่ชัดเจน	30	15.00	22	11.00	29	14.50	21	10.50	98	49.00	200	2.33	น้อยที่สุด
พนักงานนวดพูดจาไม่ดี ใช้ถ้อยคำไม่เหมาะสม	34	17.00	17	8.50	26	13.00	21	10.50	102	51.00	200	2.30	น้อยที่สุด
พนักงานนวดพูดมากจนลูกค้ารำคาญ	46	23.00	32	16.00	24	12.00	15	7.50	83	41.50	200	2.72	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ
รวม	602	17.71	385	11.32	374	11.00	279	8.21	1,760	51.76	3,400	2.35	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 105 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.35 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านบุคคลแต่ละด้าน ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุดทุกด้าน ยกเว้นด้านพนักงานนวดขอทิปจากลูกค้า พนักงานนวดพูดมากจนลูกค้ารำคาญ พนักงานนวดขาดประสบการณ์ ความชำนาญฝีมือและความรู้ในการนวดแผนโบราณ พนักงานนวดไม่ตรงต่อเวลาโกงเวลาลูกค้าบริการช้า และพนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดีไม่ยิ้มแย้ม ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อย

ตามราชที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค
 จำนวนตามปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณและแพทย์

ปัญหา	ชาย										หญิง									
	มาก		น้อย		ไม่พบ		มาก		น้อย		ไม่พบ		มาก		น้อย		ไม่พบ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์ ความชำนาญ มีมือและทวาทใน	46	23.00	23	11.50	13	6.50	10	5.00	63	31.50	7	3.50	5	2.50	3	1.50	2	1.00	28	14.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	37	18.50	21	10.50	19	9.50	21	10.50	57	28.50	7	3.50	2	1.00	3	1.50	5	2.50	28	14.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	30	15.00	30	15.00	14	7.00	10	5.00	71	35.50	5	2.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	34	17.50
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	32	16.00	21	10.50	17	8.50	11	5.50	74	37.00	4	2.00	2	1.00	2	1.00	3	1.50	34	17.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	30	15.00	21	10.50	17	8.50	10	5.00	77	38.50	4	2.00	2	1.00	1	0.50	4	2.00	34	17.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	33	16.50	16	8.00	19	9.50	22	11.00	85	42.50	4	2.00	1	0.50	3	1.50	8	4.00	29	14.50
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	34	17.00	14	7.00	23	11.50	9	4.50	75	37.50	4	2.00	-	-	2	1.00	4	2.00	35	17.50
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	30	15.00	18	9.00	20	10.00	18	9.00	68	34.50	4	2.00	1	0.50	2	1.00	5	2.50	33	16.50
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	28	14.00	16	8.00	22	11.00	12	6.00	77	38.50	4	2.00	2	1.00	1	0.50	6	3.00	32	16.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	27	13.50	20	10.00	21	10.50	20	10.00	87	43.50	6	3.00	2	1.00	3	1.50	3	1.50	31	15.50
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	42	21.00	26	13.00	28	14.00	13	6.50	48	24.00	5	2.50	4	2.00	5	2.50	3	1.50	28	14.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	36	18.00	24	12.00	29	14.50	8	4.00	59	29.50	4	2.00	7	3.50	4	2.00	2	1.00	28	14.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	25	12.50	30	15.00	21	10.50	7	3.50	72	36.00	5	2.50	4	2.00	3	1.50	4	2.00	29	14.50
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	28	14.00	20	10.00	24	12.00	15	7.50	70	35.00	4	2.00	2	1.00	5	2.50	6	3.00	28	14.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	30	15.00	14	7.00	25	12.50	14	7.00	72	36.00	4	2.00	3	1.50	1	0.50	7	3.50	30	15.00
พนักงานหมวดประชาสัมพันธ์	39	19.50	27	13.50	22	11.00	12	6.00	55	27.50	7	3.50	5	2.50	2	1.00	3	1.50	28	14.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	524	262.00	341	170.50	332	166.00	212	106.00	1,228	614.00	78	39.00	44	22.00	42	21.00	67	33.50	534	267.00

จากตารางที่ 106 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่ผู้บริโภคร้องเรียนมากที่สุดพบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ

มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านบุคคล	เพศ	
	ชาย ค่าเฉลี่ย	หญิง ค่าเฉลี่ย
พนักงานนวดขาดประสบการณ์ ความชำนาญ มีมือและความรู้ในการนวดแผนโบราณ	2.86 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดมีบุคลิกไม่เรียบร้อย ไม่ยิ้มแย้ม	2.74 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดไม่สามารถอธิบายและไม่สามารถแนะนำเรื่องนวดแผนโบราณได้	2.60 (น้อย)	1.71 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดขาดความสนใจในการให้บริการ	2.52 (น้อย)	1.64 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดบุคลิกไม่ดี	2.46 (มาก)	1.62 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดไม่สุภาพและมารยาทไม่ดี	2.55 (น้อย)	1.73 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดไม่มีความซื่อสัตย์ไม่สามารถไว้วางใจได้	2.50 (น้อย)	1.53 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดแต่งกายไม่เหมาะสมสกปรก	2.50 (น้อย)	1.62 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดไม่มีความรับผิดชอบและไม่รู้จักหน้าที่	2.39 (น้อย)	1.67 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	2.48 (น้อย)	1.87 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดขอทิปจากลูกค้า	3.01 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดไม่ตรงต่อเวลา ใกล้เคียงลูกค้า บริการช้า	2.79 (น้อย)	2.04 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกันเลือกลูกค้า	2.54 (น้อย)	1.93 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดสื่อสารกับลูกค้าไม่รู้เรื่อง	2.46 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดพูดจาไม่ดี ไร้อภัยคำไม่เหมาะสม	2.46 (มาก)	1.76 (น้อยที่สุด)
พนักงานนวดพูดมากจนลูกค้ารำคาญ	2.89 (น้อย)	2.11 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.51 (น้อย)	1.78 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 107 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่ผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่พบจาก

การใช้บริการวางแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดขอทีปจากลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้
บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดขาดประสิทธิภาพ ความชำนาญ ฝีมือและ
ความรู้ในการวางแผนโบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการรถผ่านใบรอดและอายุ

ตารางที่ 108 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค

ปัญหาด้านบุคคล	ต่ำกว่า 20										21 - 30										31 - 40									
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขับรถขาดประสบการณ์ ความชำนาญ	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	8	4.00	9	4.50	2	1.00	17	8.50	11	5.50	5	2.50	9	4.50	41	20.50	-	-	-	-
มีมือและขาภายในรถหวัดและเปียก	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	8	4.00	7	3.50	6	3.00	14	7.00	7	3.50	10	5.00	17	8.50	38	18.00	-	-	-	-
พนักงานขับรถมีบุคลิกที่ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	11	5.50	5	2.50	3	1.50	19	9.50	11	5.50	6	4.00	6	3.00	53	26.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่สนใจความปลอดภัยและในความปลอดภัย	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	7	3.50	6	3.00	3	1.50	22	11.00	8	4.00	9	4.50	8	4.00	56	27.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถขาดความสนใจในกาให้บริการ	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	1	0.50	6	3.00	10	5.00	1	0.50	21	10.50	7	3.50	7	3.50	10	5.00	54	27.00	-	-	-	-
พนักงานขับรถบุคลิกไม่ดี	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	1	0.50	8	4.00	12	6.00	4	2.00	19	9.50	8	4.00	7	3.50	20	10.00	42	21.00	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่สุภาพและสะอาด	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	3	1.50	12	6.00	3	1.50	21	10.50	8	4.00	9	4.50	9	4.50	51	25.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่มีความซื่อสัตย์ในสมารถใจวางใจได้	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	3	1.50	10	5.00	3	1.50	21	10.50	8	4.00	9	4.50	14	7.00	49	24.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถเคยชินไม่เหมาะสมกับรถ	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	3	1.50	10	5.00	3	1.50	24	12.00	9	4.50	10	5.00	10	5.00	51	25.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่มีความรับผิดชอบและไม่ใช้เกนที่	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	7	3.50	8	4.00	1	0.50	19	9.50	6	3.00	12	6.00	16	8.00	45	22.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่เข้าใจเกี่ยวกับรถและรถเช่า	-	-	3	1.50	-	-	-	-	1	0.50	7	3.50	8	4.00	4	2.00	19	9.50	11	5.50	18	9.00	8	4.00	38	19.00	-	-	-	-
พนักงานขับรถมีปัญหากับลูกค้า	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	4	2.00	9	4.50	4	2.00	19	9.50	13	6.50	15	7.50	6	3.00	43	21.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่ตรงต่อเวลา ไม่ตรงลูกค้า	-	-	2	1.00	1	0.50	-	-	1	0.50	5	2.50	10	5.00	3	1.50	19	9.50	13	6.50	16	8.00	6	3.00	43	21.50	-	-	-	-
บริการช้า	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	5	2.50	10	5.00	2	1.00	21	10.50	13	6.50	9	4.50	7	3.50	51	25.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถไม่มีความสำคัญกับลูกค้าไม่ทำทีมกับ เชื้อลูกค้า	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	7	3.50	6	3.00	4	2.00	19	9.50	6	3.00	11	5.50	12	6.00	49	24.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถมีอารมณ์ไม่ดีกับลูกค้า	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	7	3.50	6	3.00	4	2.00	21	10.50	7	3.50	12	6.00	10	5.00	49	24.50	-	-	-	-
พนักงานขับรถพูดจาไม่ดี ใช้ถ้อยคำไม่เหมาะสม	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	3	1.50	8	4.00	5	2.50	21	10.50	13	6.50	11	5.50	8	4.00	40	20.00	-	-	-	-
พนักงานขับรถพูดจาไม่สุภาพ	-	-	1	0.50	2	1.00	-	-	1	0.50	7	3.50	7	3.50	4	2.00	19	9.50	13	6.50	11	5.50	6	3.00	43	21.50	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	93	46.50	-	-	-	-
รวม	2	0.06	35	1.03	11	0.32	-	-	20	0.58	120	3.53	143	4.21	52	1.53	360	10.59	285	7.79	142	4.18	162	4.76	170	5.0	842	24.76	-	-

ปัญหาด้านพนักงาน	41-50												51-60												60ขึ้นไป			
	มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่พบ			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			มาก			ไม่พบ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
พนักงานขาดประสบการณ์ ความชำนาญ	10	5.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	7	3.50	1	0.50	1	0.50	7	3.50	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	-	-	-	
มีนิสัยและความเป็นอยู่ประหลาดในครอบครัว	6	3.00	4	2.00	5	2.50	3	1.50	7	3.50	1	0.50	1	0.50	7	3.50	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
พนักงานขาดระเบียบวินัย ขยันขันแข็ง	6	3.00	7	3.50	3	1.50	3	1.50	7	3.50	-	-	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
พนักงานขาดความรับผิดชอบ	9	4.50	4	2.00	4	2.00	3	1.50	22	11.00	5	2.50	3	1.50	5	2.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	6	3.00	6	3.00	1	0.50	3	1.50	26	13.00	5	2.50	2	1.00	5	2.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความสามัคคี	7	3.50	3	1.50	3	1.50	6	3.00	23	11.50	5	2.50	2	1.00	5	2.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์ในหน้าที่	7	3.50	3	1.50	3	1.50	1	0.50	28	14.00	7	3.50	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความรับผิดชอบในหน้าที่	7	3.50	4	2.00	2	1.00	6	3.00	23	11.50	6	3.00	1	0.50	6	3.00	1	0.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	7	3.50	3	1.50	3	1.50	3	1.50	26	13.00	5	2.50	3	1.50	5	2.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	13	6.50	9	4.50	2	1.00	4	2.00	14	7.00	7	3.50	4	2.00	7	3.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	6	3.00	8	4.00	6	3.00	1	0.50	19	9.50	7	3.50	2	1.00	7	3.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	7	3.50	11	5.50	1	0.50	2	1.00	21	10.50	5	2.50	2	1.00	5	2.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	4	2.00	6	3.00	5	2.50	5	2.50	22	11.00	4	2.00	2	1.00	4	2.00	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	6	3.00	4	2.00	3	1.50	6	3.00	23	11.50	5	2.50	2	1.00	5	2.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานขาดความซื่อสัตย์	10	5.00	8	4.00	4	2.00	2	1.00	18	9.00	7	3.50	3	1.50	7	3.50	3	1.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	42	21.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
รวม	120	3.53	87	2.58	48	1.41	55	1.62	404	11.88	95	2.79	28	0.85	10	0.06	119	3.50	-	-	-	-	2	0.06	-	-	15	0.44

จากตารางที่ 108 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่ผู้วิจัยเฝ้าติดตามอยู่ทุกช่วงอายุ ยกเว้นผู้บริโภครายต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากใช้บริการหมวดแผน
 โภจนา ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้บริโภครายต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 109 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการ
 หนดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านบุคคล	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (น้อยที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (น้อย)	ค่าเฉลี่ย (มาก)
พนักงานขนาดครอบครัวประสบความชำนาญฝีมือและความรู้ในการหนดแผนโบราณ	3.25 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่อึดอัด	3.25 (น้อย)	2.87 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.17 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดไม่สามารถอธิบายและไม่สามารถแนะนำเรื่องหนดแผนโบราณได้	3.25 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดความสนใจในการให้บริการ	3.25 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดบุคลิกไม่ดี	3.50 (มาก)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดไม่สุภาพและมารยาทไม่ดี	3.50 (มาก)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดไม่มีความซื่อสัตย์ไม่สามารถไว้วางใจได้	3.00 (น้อย)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.05 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดแต่งกายไม่เหมาะสมสกปรก	3.25 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)	2.19 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดไม่มีความรับผิดชอบและไม่รู้จักหน้าที่	3.25 (น้อย)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.07 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	3.25 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.23 (น้อยที่สุด)	2.10 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดขอทิปจากลูกค้า	3.00 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.60 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.80 (มาก)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดไม่ตรงต่อเวลา โกงเวลาลูกค้า บริการช้า	3.00 (น้อย)	2.56 (น้อย)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.64 (น้อย)	3.40 (น้อย)	4.00 (มาก)
พนักงานขนาดให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน เลือกลูกค้า	2.75 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดสื่อสารกับลูกค้าไม่รู้เรื่อง	2.75 (น้อย)	2.53 (น้อย)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดพูดจาไม่ดี ใช้ถ้อยคำไม่เหมาะสม	2.75 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานขนาดพูดมากจนลูกค้ารำคาญ	2.75 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.65 (น้อย)	2.76 (น้อย)	3.53 (มาก)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.99 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.92 (น้อย)	1.35 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 109 พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วน

ใหญ่พบจากการใช้บริการนัดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดบุคลิกไม่ดี และพนักงานนวดไม่สุภาพและมารยาทไม่ดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดขาดประสบการณ์ ความชำนาญฝีมือและความรู้ในการนวดแผนโบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนวดขอทิปจากลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 60 ปี ขึ้นไป ได้แก่ ด้านพนักงานนวดไม่ตรงต่อเวลา โกงเวลาลูกค้า บริการช้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 110 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านบุคคล	จำนวน												ร้อยละ																	
	จำนวน						ร้อยละ						จำนวน						ร้อยละ											
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ทั้งหมด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ทั้งหมด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ทั้งหมด												
พนักงานหมวดผลประโยชน์ความชำนาญ	8	4.00	1	0.50	1	0.50	5	2.50	22	11.00	11	5.50	9	4.50	6	3.00	1	0.50	22	11.0	21	10.50	13	6.50	4	2.00	1	0.50	10	5.00
ไม่มีและหาผู้ให้การขอเป็นงาน	4	2.00	1	0.50	3	1.50	11	5.50	18	9.00	9	4.50	7	3.50	7	3.50	5	2.50	21	10.5	17	8.50	11	5.50	6	3.00	2	1.00	13	6.50
พนักงานหมวดไม่มีประสบการณ์ไม่ชำนาญ	5	2.50	2	1.00	3	1.50	6	3.00	21	10.50	9	4.50	10	5.00	4	2.00	3	1.50	23	11.5	17	8.50	12	6.00	6	3.00	-	-	14	7.00
และไม่ถึงขนาดเป็นภาคได้	4	2.00	1	0.50	3	1.50	5	2.50	24	12.00	8	4.00	8	4.00	7	3.50	2	1.00	24	12.0	19	9.50	9	4.50	6	3.00	1	0.50	14	7.00
พนักงานหมวดความสนใจในการใช้สาร	4	2.00	3	1.50	1	0.50	5	2.50	24	12.00	7	3.50	6	3.00	6	3.00	2	1.00	28	14.0	19	9.50	9	4.50	7	3.50	-	-	14	7.00
พนักงานหมวดไม่ถูกแทนที่หรือขาดไป	5	2.50	1	0.50	3	1.50	16	7.50	13	6.50	8	4.00	5	2.50	6	3.00	6	3.00	24	12.0	18	9.00	7	3.50	7	3.50	1	0.50	16	8.00
พนักงานหมวดไม่มีความรู้หรือไม่ได้ตามปกติ	5	2.50	1	0.50	3	1.50	4	2.00	25	12.50	7	3.50	5	2.50	7	3.50	1	0.50	28	14.5	18	9.00	4	2.00	11	5.50	1	0.50	15	7.50
วางใจได้	5	2.50	1	0.50	3	1.50	12	6.00	16	8.00	8	4.00	5	2.50	8	4.00	4	2.00	24	12.0	16	8.00	7	3.50	6	3.00	3	1.50	17	8.50
พนักงานหมวดเคยไปไหนมาไหน	4	2.00	1	0.50	2	1.00	6	3.00	24	12.00	7	3.50	5	2.50	8	4.00	4	2.00	25	12.5	17	8.50	7	3.50	7	3.50	2	1.00	16	8.00
พนักงานหมวดไม่มีความรับผิดชอบและไม่รู้จักหน้าที่	5	2.50	1	0.50	2	1.00	13	6.50	16	8.00	7	3.50	7	3.50	6	3.00	4	2.00	25	12.5	15	7.50	9	4.50	9	4.50	-	-	16	8.00
พนักงานหมวดไม่ได้รับความรู้หรือการของเก่า	6	3.00	5	2.50	1	0.50	7	3.50	18	9.00	10	5.00	8	4.00	7	3.50	4	2.00	20	10.0	20	10.00	9	4.50	10	5.00	1	0.50	9	4.50
พนักงานหมวดไม่ตรงต่อเวลา ถึงเวลาสุดท้าย	4	2.00	4	2.00	7	3.50	2	1.00	20	10.00	8	4.00	7	3.50	9	4.50	3	1.50	22	11.0	16	8.00	10	5.00	10	5.00	1	0.50	12	6.00
มีอีกเท่า	3	1.50	6	3.00	2	1.00	2	1.00	24	12.00	6	3.00	11	5.50	6	3.00	3	1.50	23	11.5	15	7.50	10	5.00	8	4.00	2	1.00	14	7.00
พนักงานหมวดให้ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	3	1.50	1	0.50	3	1.50	7	3.50	23	11.50	7	3.50	7	3.50	9	4.50	3	1.50	23	11.5	15	7.50	9	4.50	7	3.50	2	1.00	16	8.00
พนักงานหมวดไม่มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้าไม่เพียงพอ	4	2.00	1	0.50	2	1.00	6	3.00	24	12.00	7	3.50	5	2.50	9	4.50	3	1.50	25	12.5	17	8.50	7	3.50	8	4.00	3	1.50	14	7.00
พนักงานหมวดไม่ตรงต่อเวลา ถึงเวลาสุดท้าย	5	2.50	5	2.50	3	1.50	2	1.00	22	11.00	8	4.00	11	5.50	7	3.50	4	2.00	19	9.5	19	9.50	6	4.00	9	4.50	1	0.50	12	6.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.5	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50
รวม	73	2.15	35	1.03	42	1.24	108	3.18	371	10.91	127	3.74	116	3.41	112	1.53	52	1.53	420	12.53	279	8.21	141	4.15	121	3.66	21	0.62	271	7.97

ปัญหาด้านบุคคล	ประเทศไทย																									
	ประเทศไทย										อื่นๆ															
	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
พนักงานควบคุมความปลอดภัย	12	6.00	4	2.00	5	2.50	3	1.50	25	12.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	12	6.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	13	6.50	3	1.50	6	3.00	6	3.00	21	10.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	12	6.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	3	1.50	7	3.50	2	1.00	2	1.00	35	17.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์ และช่างเชื่อม	4	2.00	4	2.00	3	1.50	4	2.00	34	17.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	12	6.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	3	1.50	4	2.00	3	1.50	6	3.00	33	16.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	5	2.50	3	1.50	4	2.00	7	3.50	30	15.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	8	4.00	3	1.50	3	1.50	5	2.50	30	15.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	11	5.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	4	2.00	5	2.50	4	2.00	3	1.50	33	16.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	3	1.50	4	2.00	4	2.00	5	2.50	33	16.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	5	2.50	4	2.00	6	3.00	4	2.00	30	15.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	11	5.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	10	5.00	7	3.50	9	4.50	3	1.50	20	10.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	4	2.00	1	0.50	8	4.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	10	5.00	9	4.50	5	2.50	3	1.50	22	11.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	5	2.50	5	2.50	6	3.00	3	1.50	30	15.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	2	1.00	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	4	2.00	4	2.00	8	4.00	6	3.00	27	13.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	3	1.50	9	4.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	5	2.50	4	2.00	6	3.00	6	3.00	28	14.00	1	0.50	-	-	1	0.50	1	0.50	3	1.50	11	5.50	-	-	-	-
พนักงานควบคุมความปลอดภัย ส่วนช่างยนต์	13	6.50	7	3.50	4	2.00	5	2.50	20	10.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	3	1.50	10	5.00	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-
รวม	107	3.15	77	2.26	78	2.30	71	2.09	600	14.71	16	0.47	16	0.47	16	0.47	21	0.61	27	0.79	102	3.06	-	-	-	-

จากตารางที่ 110 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่ผู้บริโภคมองว่าสำคัญที่สุดของอายุเกษียณอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากใช้บริการรวดเร็ว

ใบอาณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้บริโภครอคอยต่ำกว่า 20 ส่วนใหญ่พบในระดับน้อย มากกว่าระดับต้นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 111 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านบุคคลที่พบจากการใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านบุคคล	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
พนักงานนวดขาดประสบการณ์ ความชำนาญฝีมือและ ความรู้ในการนวดแผนโบราณ	2.14 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	3.09 (มาก)	2.49 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดมีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม	1.97 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.61 (น้อย)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดไม่สามารถอธิบายและไม่สามารถแนะนำ เรื่องนวดแผนโบราณได้	2.03 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	3.37 (น้อย)	1.80 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดขาดความสนใจในการให้บริการ	1.81 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	3.37 (น้อย)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดบุคลิกไม่ดี	1.86 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	3.39 (มาก)	1.73 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดไม่สุภาพและมารยาทไม่ดี	2.19 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดไม่มีความซื่อสัตย์ไม่สามารถให้รางวัลได้	1.78 (น้อยที่สุด)	2.18 (น้อยที่สุด)	3.18 (น้อย)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดแต่งกายไม่เหมาะสมสกปรก	2.11 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	3.04 (น้อย)	1.86 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดไม่มีความรับผิดชอบและไม่รู้จักหน้าที่	1.78 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	3.14 (น้อย)	1.76 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดไม่เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า	2.08 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	3.14 (น้อย)	1.98 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดขอทิปจากลูกค้า	2.30 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	3.61 (มาก)	2.67 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดไม่ตรงต่อเวลา โทงเวลาลูกค้า บริการช้า	2.19 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.63 (น้อย)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน เลือกลูกค้า	1.97 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดสื่อสารกับลูกค้าไม่รู้เรื่อง	1.76 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	3.10 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.68 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดพูดจาไม่ดี ใช้ถ้อยคำไม่เหมาะสม	1.78 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานนวดพูดมากจนลูกค้ารำคาญ	2.16 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	3.43 (น้อย)	2.76 (น้อย)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	1.94 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	3.16 (น้อย)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 111 พบว่าปัญหาด้านบุคคลที่ผู้ประกอบการและรับจ้างส่วนใหญ่พบจากการให้บริการนัดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดขอทีปจากลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ประกอบการที่พนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดขาดประสิทธิภาพ ความชำนาญฝีมือ และความรู้ในการนัดแผนโบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดพูดมากจนลูกค้ารำคาญ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 112 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผลตงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตาม ปัญหาด้านการบริการที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านการบริการ	ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
จำนวนพนักงานภาคที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ	33	16.50	30	15.00	23	11.50	34	17.00	60	40.00	200	2.51	น้อย
ผู้บริหารและพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้าและไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้า	35	17.50	27	13.50	27	13.50	20	10.00	91	45.50	200	2.48	น้อยที่สุด
ไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	29	14.50	33	16.50	27	13.50	29	14.50	82	41.00	200	2.49	น้อยที่สุด
ขาดการบริการที่รวดเร็ว	29	14.50	33	16.50	25	12.50	31	15.50	82	41.00	200	2.48	น้อยที่สุด
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	28	14.00	21	10.50	29	14.50	27	13.50	96	47.50	200	2.30	น้อยที่สุด
ไม่มีความปลอดภัย	34	17.00	15	7.50	27	13.50	10	5.00	114	57.00	200	2.23	น้อยที่สุด
ไม่ให้ความเชื่อมั่นว่าจะให้บริการที่ตลอดไป	31	15.50	12	6.00	22	11.00	17	8.50	118	59.00	200	2.11	น้อยที่สุด
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าไม่เข้าใจกัน	31	15.50	25	12.50	24	12.00	30	15.00	90	45.00	200	2.38	น้อยที่สุด
เวลาทำการสั้นเกินไปทำให้ลูกค้ารับบริการได้ไม่เต็มที่	30	15.00	16	8.00	19	9.50	22	11.00	113	56.50	200	2.14	น้อยที่สุด
ระยะเวลาเปิดปิดไม่แน่นอน	29	14.50	14	7.00	18	9.00	17	8.50	122	61.00	200	2.06	น้อยที่สุด
ไม่รับบัตรจอดรถ	44	22.00	19	9.50	21	10.50	19	9.50	97	48.50	200	2.47	น้อยที่สุด
พนักงานต้อนรับให้บริการช้า ต้องคอยนาน	32	16.00	22	11.00	25	12.50	24	12.00	97	48.50	200	2.34	น้อยที่สุด
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่ดี ใช้คำพูดไม่เหมาะสม	34	17.00	17	8.50	25	12.50	30	15.00	94	47.00	200	2.34	น้อยที่สุด
พนักงานต้อนรับแต่งตัวไม่เรียบร้อย ไม่สะอาด	31	15.50	21	10.50	19	9.50	24	12.00	105	52.50	200	2.25	น้อยที่สุด
พนักงานต้อนรับแต่งตัวไม่เรียบร้อย ไม่สะอาด	27	13.50	21	10.50	19	9.50	17	8.50	116	58.00	200	2.13	น้อยที่สุด
พนักงานต้อนรับขอทิปจากลูกค้า	51	25.50	17	8.50	20	10.00	31	15.50	81	40.50	200	2.63	น้อย
พนักงานต้อนรับบุคลิกไม่ดี	34	17.00	14	7.00	23	11.50	13	6.50	116	58.00	200	2.19	น้อยที่สุด
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินช้าและมีค	35	17.50	27	13.50	25	12.50	11	5.50	102	51.00	200	2.41	น้อยที่สุด
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ
รวม	597	15.71	384	10.11	418	11.00	406	10.68	1,995	62.50	3,800	2.26	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 112 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.26 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านการบริการแต่ละด้าน ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุดทุกด้าน ยกเว้นด้านพนักงานต้อนรับขอทิปจากลูกค้า และจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อย

ตารางที่ 113 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านการบริการที่พบจากการใช้บริการวัดแผนโบราณและเขต

ปัญหาด้านการบริการ	ชาย												หญิง												
	มาก			น้อย			ปานกลาง			มาก			น้อย			ปานกลาง			มาก			น้อย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
จำนวนพนักงานบริการไม่เพียงพอ	27	13.50	28	14.00	19	9.50	25	12.50	56	28.00	6	3.00	2	1.00	4	2.00	9	4.50	24	12.00	9	4.50	24	12.00	
ผู้บริการตรวจเงินงานไม่ละเอียดนัก	31	15.50	26	13.00	24	12.00	14	7.00	80	30.00	4	2.00	1	0.50	3	1.50	6	3.00	31	15.50	6	3.00	31	15.50	
สำคัญกับลูกค้า																									
ให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	24	12.00	33	16.50	21	10.50	21	10.50	56	28.00	5	2.50	-	-	6	3.00	8	4.00	26	13.00	8	4.00	26	13.00	
ราคาบริการที่รวดเร็ว	25	12.50	31	15.50	22	11.00	22	11.00	55	27.50	4	2.00	2	1.00	3	1.50	9	4.50	27	13.50	9	4.50	27	13.50	
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	24	12.00	19	9.50	27	13.50	20	10.00	65	32.50	4	2.00	2	1.00	2	1.00	7	3.50	30	15.00	7	3.50	30	15.00	
ไม่มีงานปัดเศษ	29	14.50	14	7.00	25	12.50	7	3.50	80	40.00	5	2.50	1	0.50	2	1.00	3	1.50	34	17.00	3	1.50	34	17.00	
ไม่ให้ความสัมพันธ์แก่ผู้บริการที่ติดต่อไป	26	13.00	12	6.00	21	10.50	12	6.00	84	42.00	5	2.50	-	-	1	0.50	5	2.50	34	17.00	5	2.50	34	17.00	
การติดต่อและการให้บริการของพนักงานและผู้ค้าไม่เข้าใจกัน	27	13.50	23	11.50	22	11.00	19	9.50	64	32.00	4	2.00	2	1.00	2	1.00	11	5.50	26	13.00	11	5.50	26	13.00	
เวลาทำการสั้นเกินไปทำให้ลูกค้าไม่สะดวกใช้บริการ	25	12.50	15	7.50	19	9.50	16	8.00	80	40.00	5	2.50	1	0.50	-	-	6	3.00	33	16.50	6	3.00	33	16.50	
ระยะเวลาเปิดปิดไม่แน่นอน	25	12.50	13	6.50	16	8.00	15	7.50	86	43.00	4	2.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	36	18.00	2	1.00	36	18.00	
ไม่รับผิดชอบคดี	37	18.50	18	9.00	19	9.50	14	7.00	67	33.50	7	3.50	1	0.50	2	1.00	5	2.50	30	15.00	2	1.00	30	15.00	
พนักงานต้อนรับให้บริการล่าช้า	27	13.50	21	10.50	22	11.00	15	7.50	70	35.00	5	2.50	1	0.50	3	1.50	9	4.50	27	13.50	9	4.50	27	13.50	
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่ไพเราะ	30	15.00	16	8.00	23	11.50	22	11.00	64	32.00	4	2.00	1	0.50	2	1.00	8	4.00	30	15.00	8	4.00	30	15.00	
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่สุภาพ	25	12.50	21	10.50	16	8.00	16	8.00	75	37.50	6	3.00	-	-	1	0.50	8	4.00	35	17.50	4	2.00	35	17.50	
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่สุภาพและไม่สุภาพ	23	11.50	21	10.50	17	8.50	13	6.50	81	40.50	4	2.00	-	-	2	1.00	4	2.00	31	15.50	7	3.50	31	15.50	
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่สุภาพและไม่สุภาพ	45	22.50	17	8.50	19	9.50	24	12.00	50	25.00	6	3.00	-	-	1	0.50	7	3.50	31	15.50	1	0.50	31	15.50	
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่สุภาพและไม่สุภาพ	30	15.00	13	6.50	21	10.50	12	6.00	79	39.50	4	2.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	37	18.50	1	0.50	37	18.50	
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่สุภาพและไม่สุภาพ	31	15.50	21	10.50	23	11.50	10	5.00	70	35.00	4	2.00	4	2.00	2	1.00	1	0.50	32	16.00	2	1.00	32	16.00	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	45	22.50	
รวม	511	13.45	362	9.53	376	9.85	297	7.82	1,397	36.76	86	2.26	22	0.58	40	1.05	109	2.87	598	15.74	108	2.87	598	15.74	

จากตารางที่ 113 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคพึงพิศพชยและหึงสวณปญพชยจากการใช้บริการวัดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 114 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านการบริการที่พบจากการ
ใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านการบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
จำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.65 (น้อย)	2.04 (น้อยที่สุด)
ผู้บริหารและพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้าและไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้า	2.70 (น้อย)	1.69 (น้อยที่สุด)
ให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	2.66 (น้อย)	1.89 (น้อยที่สุด)
ขาดการบริการที่รวดเร็ว	2.67 (น้อย)	1.82 (น้อยที่สุด)
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	2.46 (น้อย)	1.73 (น้อยที่สุด)
ไม่มีความปลอดภัย	2.39 (น้อยที่สุด)	1.67 (น้อยที่สุด)
ไม่มีความเชื่อมั่นว่าจะให้บริการที่ตลอดไป	2.25 (น้อยที่สุด)	1.60 (น้อยที่สุด)
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าไม่เข้าใจกัน	2.55 (น้อย)	1.82 (น้อยที่สุด)
เวลาทำการสั้นเกินไปทำให้ลูกค้ารับบริการได้ไม่เต็มที่	2.28 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)
ระยะเวลาเปิดปิดไม่แน่นอน	2.20 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)
ไม่รับบัตรเครดิต	2.64 (น้อย)	1.89 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับให้บริการช้า ต้องคอยนาน	2.48 (น้อยที่สุด)	1.84 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่ดี ใช้คำพูดไม่เหมาะสม	2.52 (น้อย)	1.69 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับพูดไม่รู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าไม่เข้าใจ	2.39 (น้อยที่สุด)	1.76 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับแต่งตัวไม่เรียบร้อย ไม่สะอาด	2.30 (น้อยที่สุด)	1.53 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับชอบขอทิปจากลูกค้า	2.89 (น้อย)	1.73 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับบุคลิกไม่ดี	2.37 (น้อยที่สุด)	1.53 (น้อยที่สุด)
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินช้าและผิด	2.57 (น้อย)	1.87 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.42 (น้อยที่สุด)	1.70 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 114 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่พบ

จากการใช้บริการวางแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานนัดขอทีปจากลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ
ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านจำนวนพนักงานนัดที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความ
ต้องการ มากกว่าด้านอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 115 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านบริการที่พบจากการใช้บริการรถผ่านใบroadและอายุ

ปัญหาด้านบริการ	อายุ(ปี)																									
	ต่ำกว่า 20						31 - 40																			
	มาก		น้อย		ไม่พบ		มากที่สุด		ไม่พบ		ไม่พบ															
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ															
จำนวนพนักงานคนที่ให้บริการไม่เพียงพอ	2	1.00	1	0.50	1	0.50	4	2.00	10	5.00	8	4.00	10	5.00	13	6.50	16	8.00	13	6.50	9	4.50	21	10.50	34	17.00
ความสะอาด	2	1.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	9	4.50	9	4.50	3	1.50	22	11.00	18	9.00	11	5.50	11	5.50	13	6.50	40	20.00
ผู้บริการและพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้า และไม่ให้ความสัมพันธ์กับลูกค้า	2	1.00	-	-	-	-	3	1.50	11	5.50	10	5.00	5	2.50	16	8.00	12	6.00	12	6.00	9	4.50	18	9.00	42	21.00
ให้พนักงานขับรถไม่ถูกค่าไม่เท่าเทียมกัน	2	1.00	-	-	-	-	3	1.50	10	5.00	8	4.00	7	3.50	17	8.50	15	7.50	12	6.00	9	4.50	20	10.00	37	18.50
ขาดการบริการที่ทันท่วงที	2	1.00	-	-	-	-	5	2.50	5	2.50	9	4.50	4	2.00	22	11.00	12	6.00	9	4.50	11	5.50	19	9.50	42	21.00
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	2	1.00	-	-	-	-	7	3.50	5	2.50	9	4.50	3	1.50	21	10.50	12	6.00	8	4.00	13	6.50	5	2.50	56	27.50
ไม่มีความปลอดภัย	2	1.00	-	-	-	-	6	3.00	4	2.00	9	4.50	4	2.00	22	11.00	11	5.50	6	3.00	9	4.50	10	5.00	57	28.50
ไม่ให้ความช่วยเหลือจะให้บริการที่จอดรถไม่	2	1.00	-	-	-	-	5	2.50	9	4.50	6	3.00	6	3.00	19	9.50	13	6.50	10	5.00	11	5.50	17	8.50	42	21.00
การจอดรถที่จอดรถระหว่างพนักงานและลูกค้าไม่เข้าพิกัด	2	1.00	-	-	-	-	6	3.00	5	2.50	6	3.00	4	2.00	24	12.00	12	6.00	5	2.50	10	5.00	13	6.50	53	26.50
เวลาที่รถคันอื่นไปทำให้ลูกค้ารบกวนการให้บริการ	1	0.50	1	0.50	1	0.50	5	2.50	5	2.50	5	2.50	6	3.00	24	12.00	13	6.50	6	3.00	6	3.00	9	4.50	59	29.50
ไม่มีที่นั่ง	1	0.50	1	0.50	1	0.50	8	4.00	5	2.50	6	3.00	4	2.00	22	11.00	22	11.00	9	4.50	9	4.50	9	4.50	44	22.00
ระยะเวลาเปิดปิดไม่แน่นอน	1	0.50	1	0.50	1	0.50	5	2.50	7	3.50	7	3.50	10	5.00	19	9.50	17	8.50	10	5.00	8	4.00	16	8.00	42	21.00
ไม่พร้อมรถติด	1	0.50	1	0.50	1	0.50	5	2.50	4	2.00	5	2.50	4	2.00	19	9.50	17	8.50	8	4.00	8	4.00	8	4.00	41	20.50
พนักงานขับรถให้บริการช้า ต้องคอยนาน	1	0.50	1	0.50	1	0.50	5	2.50	4	2.00	5	2.50	4	2.00	21	10.50	18	9.00	6	3.00	6	3.00	15	7.50	50	25.00
พนักงานขับรถรับลูกค้าไม่ใส่ค่าพวงมาลัย	1	0.50	-	-	-	-	6	3.00	6	3.00	6	3.00	3	1.50	22	11.00	15	7.50	7	3.50	6	3.00	15	7.50	50	25.00
พนักงานขับรถรับลูกค้าไม่ใส่เข็มขัดนิรภัย	1	0.50	-	-	-	-	5	2.50	5	2.50	5	2.50	7	3.50	25	12.50	12	6.00	10	5.00	8	4.00	11	5.50	52	26.00
ไม่ใส่ค่า	1	0.50	1	0.50	1	0.50	7	3.50	4	2.00	9	4.50	4	2.00	21	10.50	22	11.00	7	3.50	6	3.00	20	10.00	38	19.00
พนักงานขับรถรับลูกค้าไม่ใส่เข็มขัดนิรภัย	2	1.00	-	-	-	-	6	3.00	3	1.50	9	4.50	1	0.50	26	13.00	17	8.50	4	2.00	9	4.50	10	5.00	53	26.50
พนักงานขับรถรับลูกค้าไม่ใส่	2	1.00	-	-	-	-	6	3.00	7	3.50	7	3.50	1	0.50	24	12.00	16	8.00	15	7.50	10	5.00	9	4.50	43	21.50
พนักงานขับรถรับลูกค้าไม่ใส่เข็มขัดนิรภัย	2	1.00	-	-	-	-	6	3.00	7	3.50	7	3.50	1	0.50	24	12.00	16	8.00	15	7.50	10	5.00	9	4.50	43	21.50
พนักงานขับรถรับลูกค้าไม่ใส่เข็มขัดนิรภัย	2	1.00	-	-	-	-	6	3.00	7	3.50	7	3.50	1	0.50	24	12.00	16	8.00	15	7.50	10	5.00	9	4.50	43	21.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50
รวม	22	0.76	6	0.16	19	0.50	94	2.47	114	3.00	145	3.82	77	2.03	425	11.16	273	7.18	162	4.26	162	4.26	283	6.66	917	24.13

ตารางที่ 116 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านการบริการที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านการบริการ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
จำนวนพนักงานเวลาที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.75 (มาก)	2.60 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	4.00 (มาก)
ผู้บริหารและพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้าและไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้า	3.50 (มาก)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	3.50 (มาก)	2.56 (น้อย)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.50 (น้อย)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ขาดการบริการที่รวดเร็ว	3.50 (มาก)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	3.50 (มาก)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.25 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีความปลอดภัย	3.50 (มาก)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.11 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีความเชื่อมั่นว่าจะให้บริการที่ติดต่อไป	3.50 (มาก)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าไม่เข้าใจกัน	3.50 (มาก)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
เวลาทำการสั้นเกินไปทำให้ลูกค้าใช้บริการได้ไม่เต็มที่	3.50 (มาก)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.03 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ระยะเวลาเปิดปิดไม่แน่นอน	3.25 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่รับบัตรเครดิต	3.25 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.53 (น้อย)	2.24 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับให้บริการช้า ต้องคอยนาน	3.25 (น้อย)	2.44 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	1.95 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่ดี ใช้คำพูดไม่เหมาะสม	3.00 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับพูดไม่รู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าไม่เข้าใจ	3.00 (น้อย)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	2.93 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับแต่งตัวไม่เรียบร้อย ไม่สะอาด	3.00 (น้อย)	2.16 (น้อยที่สุด)	2.13 (น้อยที่สุด)	1.83 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับชอบขอทิปจากลูกค้า	3.25 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.52 (น้อย)	2.83 (น้อย)	3.47 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับบุคลิกไม่ดี	3.50 (มาก)	2.16 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินช้าและผิด	3.50 (มาก)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.48 (น้อยที่สุด)	2.12 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	3.25 (น้อย)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.07 (น้อยที่สุด)	2.81 (น้อย)	1.16 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 116 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี

21 - 30 ปี และ 60 ปี ขึ้นไปส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ และไม่รับบัตรเครดิต มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านพนักงานต้อนรับขอขอทิปจากลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 117 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านการบริการที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนใบโรคและเอชวีพี

ปัญหาการบริการ	ข้าราชการ												พนักงานบริหารงาน												พนักงานผู้ตรวจ											
	มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่พบ				มาก				น้อย				มากที่สุด				ไม่พบ							
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
จำนวนพนักงานเทคนิคที่ให้บริการไม่ถึงเกณฑ์	3	1.50	3	1.50	5	2.50	16	8.00	10	5.00	7	3.50	11	5.50	5	2.50	5	2.50	4	2.00	5	2.50	21	10.50	12	6.00	11	5.50	6	3.00	3	1.50	17	8.50		
ผู้ให้บริการพบพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้า และไม่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับลูกค้า	2	1.00	4	2.00	5	2.50	6	3.00	20	10.00	6	3.00	9	4.50	7	3.50	7	3.50	2	1.00	25	12.50	16	8.00	9	4.50	9	4.50	4	2.00	11	5.50				
ให้บริการล่าช้ากับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	4	2.00	1	0.50	5	2.50	15	7.50	12	6.00	7	3.50	12	6.00	5	2.50	11	5.50	4	2.00	24	12.00	11	5.50	14	7.00	6	3.00	3	1.50	15	7.50				
บุคลากรบริการที่ขาดตัว	3	1.50	4	2.00	4	2.00	14	7.00	12	6.00	5	2.50	11	5.50	7	3.50	7	3.50	4	2.00	25	12.50	12	6.00	10	5.00	7	3.50	3	1.50	17	8.50				
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	2	1.00	4	2.00	4	2.00	12	6.00	15	7.50	6	3.00	7	3.50	7	3.50	4	2.00	3	1.50	28	14.00	14	7.00	6	3.00	9	4.50	4	2.00	16	8.00				
ไม่มีคนมาคอยรับ	4	2.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	28	14.00	8	4.00	7	3.50	5	2.50	3	1.50	28	14.00	8	4.00	25	12.50	14	7.00	6	3.00	9	4.50	4	2.00	16	8.00		
ไม่มีหน่วยงานอื่นที่จะให้บริการที่ติดต่อไป	5	2.50	-	-	1	0.50	3	1.50	28	14.00	9	4.50	5	2.50	6	3.00	4	2.00	25	12.50	12	6.00	12	6.00	6	3.00	8	4.00	6	3.00	17	8.50				
การติดต่อการระหว่างพนักงานและลูกค้า	8	4.00	1	0.50	6	2.50	11	5.50	12	6.00	6	3.00	11	5.50	2	1.00	6	3.00	24	12.00	12	6.00	9	4.50	9	4.50	4	2.00	15	7.50						
ไม่เข้าใจกัน	4	2.00	-	-	2	1.00	6	3.00	25	12.50	5	2.50	8	4.00	4	2.00	5	2.50	27	13.50	14	7.00	7	3.50	7	3.50	9	4.50	3	1.50	16	8.00				
เวลาทำการสั้นเกินไปทำให้ลูกค้าไม่บริการ	4	2.00	-	-	1	0.50	6	3.00	28	14.00	6	3.00	7	3.50	4	2.00	6	3.00	26	13.00	14	7.00	8	4.00	7	3.50	7	3.50	4	2.00	18	9.00				
ได้ไม่เต็มที่	9	4.50	2	1.00	2	1.00	8	4.00	16	8.00	8	4.00	5	2.50	6	3.00	5	2.50	25	12.50	16	8.00	10	5.00	5	2.50	2	1.00	16	8.00						
ระยะเวลาเปิดปิดไม่เหมาะสม	1	0.50	3	1.50	4	2.00	9	4.50	20	10.00	7	3.50	9	4.50	6	3.00	3	1.50	24	12.00	14	7.00	8	4.00	6	3.00	5	2.50	16	8.00						
พนักงานต้อนรับไม่บริการลูกค้า	3	1.50	1	0.50	3	1.50	15	7.50	15	7.50	5	2.50	9	4.50	6	3.00	3	1.50	26	13.00	14	7.00	7	3.50	7	3.50	6	3.00	15	7.50						
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่ดี ไร้ความสนใจและสนใจ	3	1.50	1	0.50	-	-	11	5.50	22	11.00	7	3.50	10	5.00	4	2.00	2	1.00	26	13.00	15	7.50	7	3.50	8	4.00	4	2.00	15	7.50						
พนักงานต้อนรับไม่สนใจลูกค้า	2	1.00	4	2.00	2	1.00	3	1.50	26	13.00	5	2.50	10	5.00	4	2.00	3	1.50	26	13.00	14	7.00	7	3.50	7	3.50	7	3.50	5	2.50	16	8.00				
พนักงานต้อนรับไม่สนใจและไม่บริการ	8	4.00	1	0.50	1	0.50	15	7.50	12	6.00	13	6.50	7	3.50	4	2.00	3	1.50	22	11.00	16	8.00	8	4.00	8	4.00	5	2.50	12	6.00						
พนักงานต้อนรับไม่สนใจและไม่บริการ	2	1.00	3	1.50	1	0.50	3	1.50	28	14.00	7	3.50	4	2.00	7	3.50	2	1.00	29	14.50	15	7.50	5	2.50	8	4.00	4	2.00	17	8.50						
พนักงานต้อนรับไม่สนใจและไม่บริการ	3	1.50	11	5.50	5	2.50	2	1.00	16	8.00	7	3.50	9	4.50	3	1.50	3	1.50	27	13.50	15	7.50	4	2.00	9	4.50	2	1.00	19	9.50						
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50						
รวม	70	1.84	44	1.16	52	1.37	157	4.13	390	10.00	125	3.29	151	3.97	90	2.36	67	1.76	498	13.11	248	6.53	150	3.95	135	3.55	70	1.84	328	8.63						

ปัญหาสถานการณ์	ประเภทธุรกิจส่วนตัว												รับจ้าง												อื่นๆ			
	มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่พบ			มาก			น้อย			น้อยที่สุด			ไม่พบ						
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
จำนวนพนักงานเวลาที่ให้บริการไม่เพียงพอ	10	5.00	4	2.00	6	3.00	7	3.50	22	11.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	3	1.50	10	5.00	-	-	-	-				
ความสะอาด	10	5.00	5	2.50	5	2.50			24	12.00	1	0.50			1	0.50	3	1.50	11	5.50								
ผู้รับเหมาและพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้า และไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้า	5	2.50	4	2.00	8	4.00	4	2.00	28	14.00	1	0.50					2	1.00	3	1.50	10	5.00						
ให้พนักงานด้วยบริการที่ไม่ดี	9	4.50	4	2.00	8	4.00	5	2.50	23	11.50	1	0.50					2	1.00	5	2.50	8	4.00						
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	7	3.50	-	-	9	4.50	4	2.00	29	14.50	1	0.50					2	1.00	4	2.00	9	4.50						
ไม่มีความปลอดภัย	7	3.50	-	-	9	4.50	1	0.50	32	16.00	1	0.50					2	1.00	-	-	12	6.00						
ไม่ให้ความเชื่อมั่นว่าจะให้บริการที่ตลอดไป	4	2.00	1	0.50	5	2.50	3	1.50	36	18.00	1	0.50					2	1.00	1	0.50	12	6.00						
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าไม่เข้าใจกัน	4	2.00	3	1.50	6	3.00	7	3.50	29	14.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	10	5.00						
เวลาที่การดำเนินงานไม่ทำให้ลูกค้าประทับใจ	6	3.00	1	0.50	3	1.50	5	2.50	34	17.00	1	0.5					1	0.50	3	1.50	11	5.50						
ได้ไม่เต็มที่																												
ระยะเวลาเปิดให้บริการ	4	2.00	1	0.50	4	2.00	1	0.50	39	19.50	1	0.50					2	1.00	-	-	13	6.50						
ไม่รับผิดชอบ	10	5.00	2	1.00	7	3.50	3	1.50	27	13.50	1	0.50					1	0.50	1	0.50	13	6.50						
พนักงานยอมรับให้บริการช้า	9	4.50	2	1.00	7	3.50	4	2.00	27	13.50	1	0.50					2	1.00	3	1.50	10	5.00						
พนักงานยอมรับบริการไม่ดี ใช้คำพูดไม่เหมาะสม	11	5.50	-	-	8	4.00	4	2.00	28	14.00	1	0.50					1	0.50	2	1.00	12	6.00						
พนักงานยอมรับบริการไม่ดี	5	2.50	3	1.50	6	3.00	5	2.50	30	15.00	1	0.50					1	0.50	2	1.00	12	6.00						
ไม่เข้าใจ																												
พนักงานยอมรับบริการไม่ดี	4	2.00	-	-	5	2.50	4	2.00	36	18.00	1	0.50					1	0.50	2	1.00	12	6.00						
พนักงานยอมรับบริการไม่ดี	13	6.50	1	0.50	5	2.50	6	3.00	24	12.00	1	0.50					2	1.00	2	1.00	11	5.50						
พนักงานยอมรับบริการไม่ดี	9	4.50	2	1.00	4	2.00	3	1.50	31	15.50	1	0.50					3	1.50	1	0.50	11	5.50						
พนักงานยอมรับบริการไม่ดี	9	4.50	2	1.00	6	3.00	2	1.00	30	15.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	10	5.00						
อื่นๆ									49	24.50										16	8.00							
รวม	136	3.68	35	0.92	111	2.92	72	1.92	576	15.16	18	0.47	4	0.11	30	0.78	39	1.03	213	5.61								

จากตารางที่ 117 พบว่าปัญหาด้านบริการที่ผู้บริโภคมองว่าสำคัญที่สุดคือพนักงานให้บริการช้าเกินไป และพนักงานให้บริการไม่ดี ซึ่งทั้งสองปัญหานี้พบมากที่สุดในระดับไม่พบ

ตารางที่ 118 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านการบริการที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านการบริการ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัท เอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
จำนวนพนักงานนวดที่ได้รับบริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2.27 (น้อยที่สุด)	2.55 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ผู้บริหารและพนักงานไม่สนใจให้บริการลูกค้าและไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้า	1.97 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	3.31 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน	2.19 (น้อยที่สุด)	2.59 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.06 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ขาดการบริการที่รวดเร็ว	2.24 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	3.06 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ให้บริการไม่สม่ำเสมอ	2.08 (น้อยที่สุด)	2.29 (น้อยที่สุด)	2.94 (น้อย)	2.02 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีความปลอดภัย	1.68 (น้อยที่สุด)	2.35 (น้อย)	2.96 (น้อย)	1.96 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่ให้ความเชื่อมั่นว่าจะให้บริการที่ติดต่อไป	1.88 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	1.65 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
การติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานและลูกค้าไม่เข้าใจกัน	2.51 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	1.90 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
เวลาทำการสั้นเกินไปทำให้ลูกค้าใช้บริการได้ไม่เต็มที่	1.70 (น้อยที่สุด)	2.16 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ระยะเวลาเปิดปิดไม่แน่นอน	1.65 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	1.57 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่รับบัตรเครดิต	2.46 (น้อยที่สุด)	3.31 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.44 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับให้บริการช้า ต้องคอยนาน	1.81 (น้อยที่สุด)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับพูดจาไม่ดี ใช้คำพูดไม่เหมาะสม	1.97 (น้อยที่สุด)	2.27 (น้อยที่สุด)	2.98 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับพูดไม่รู้เรื่อง สื่อสารกับลูกค้าไม่เข้าใจ	1.70 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	3.06 (น้อย)	1.94 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับแต่งตัวไม่เรียบร้อย ไม่สะอาด	1.73 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	2.96 (น้อย)	1.61 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับขอมของไปจากลูกค้า	2.41 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	3.22 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับบุคลิกไม่ดี	1.59 (น้อยที่สุด)	2.14 (น้อยที่สุด)	2.94 (น้อย)	2.08 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานแคชเชียร์คิดเงินช้าและผิด	2.54 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	1.96 (น้อยที่สุด)	2.34 (น้อยที่สุด)	2.91 (น้อย)	2.01 (น้อยที่สุด)	1.60 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 118 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภครายค้ารายการส่วน
ใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านพนักงานแคชเชียร์คิดเงินช้าและผิด มาก
กว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภครายค้าพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านให้ความสำคัญกับลูก
ค้าไม่เท่าเทียมกัน มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภครายค้าพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านผู้บริหารและพนักงานไม่
สนใจให้บริการลูกค้าและไม่ให้ความสำคัญกับลูกค้า และให้ความสำคัญกับลูกค้าไม่เท่าเทียมกัน
มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภครายค้าประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่ ได้แก่ จำนวนพนักงานนวดที่ให้
บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ และพนักงานต้อนรับขอทิปจากลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภครายค้ารับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านจำนวนพนักงานนวดที่ให้บริการไม่
เพียงพอต่อความต้องการ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 119 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามระดับของปัญหา ด้านราคาที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการ											รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		จำนวน			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
คิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง	47	23.50	61	30.50	26	13.00	15	7.50	51	25.50	200	3.19	น้อย	
ราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป	55	27.50	29	14.50	19	9.50	5	2.50	92	46.00	200	2.75	น้อย	
ราคาค่าชั่วโมงเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาบ่อย	38	19.00	38	19.00	17	8.50	16	8.00	91	45.50	200	2.58	น้อย	
ราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวว่าจะต้องให้บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป	39	19.50	22	11.00	15	7.50	7	3.50	117	58.50	200	2.30	น้อยที่สุด	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ	
รวม	179	17.90	150	15.00	77	7.70	43	4.30	551	55.10	1,000	2.36	น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 119 พบว่าปัญหาด้านราคาของผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.36 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านราคาแต่ละด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยทุกด้าน ยกเว้นราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวว่าจะต้องให้บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด

ตารางที่ 120 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่ใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านราคา	เขต																			
	ชาย						หญิง													
	มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
คิดราคาค่าบริการเต็มวันถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงครึ่งชั่วโมง	41	20.50	51	25.50	24	12.00	9	4.50	30	15.00	6	3.00	10	5.00	2	1.00	6	3.00	21	10.50
ราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป	47	23.50	24	12.00	16	8.00	4	2.00	64	32.00	8	4.00	5	2.50	3	1.50	1	0.50	28	14.00
ราคาครั้งหนึ่งเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาบ่อย	34	17.00	33	16.50	15	7.50	9	4.50	64	32.00	4	2.00	5	2.50	2	1.00	7	3.50	27	13.50
ราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวจะหึ่งใช้บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป	34	17.00	22	11.00	14	7.00	3	1.50	82	41.00	5	2.50	-	-	1	0.50	4	2.00	35	17.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	155	77.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
รวม	156	15.60	130	13.00	69	6.90	25	2.50	395	39.50	23	2.30	20	2.00	8	0.80	18	1.80	156	15.60

จากตารางที่ 120 พบว่าปัญหาด้านราคาของผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณในระดับไม่พบมากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 121 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบจากการใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
คิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง	3.41 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)
ราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป	2.91 (น้อย)	2.20 (น้อยที่สุด)
ราคาค่าชั่วโมงเปลี่ยนแปลง ขึ้นราคาบ่อย	2.77 (น้อย)	1.93 (น้อยที่สุด)
ราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวว่าจะต้องใช้บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมง ขึ้นไป	2.50 (น้อย)	1.58 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.52 (น้อย)	1.83 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 121 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิง
 ส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้
 บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 122 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบจากการใช้บริการหมวดแผ่นใยหินและใยหิน

ปัญหาด้านราคา	อายุปี)																														
	ต่ำกว่า 20				21 - 30				31 - 40																						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด																			
คิดราคาค่าบริการเกินสมควรถึงแม้จะใช้บริการไม่เต็มจำนวน	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	8	4.00	14	7.00	11	5.50	2	1.00	10	5.00	20	10.00	28	14.00	10	5.00	5	2.50	30	15.00	
ราคาค่าซ่อมแซมแพงเกินไป	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	11	5.50	9	4.50	7	3.50	2	1.00	16	8.00	26	13.00	15	7.50	7	3.50	2	1.00	43	21.50	
ราคาค่าซ่อมแซมเปลี่ยนแปลง รั่วไหลบ่อย	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	6	3.00	9	4.50	6	3.00	4	2.00	20	10.00	17	8.50	21	10.50	8	4.00	4	2.00	43	21.50	
ราคาค่าซ่อมแซมสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานแล้วจะคิดค่าใช้จ่าย	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	1	0.50	6	4.00	6	3.00	7	3.50	2	1.00	22	11.00	15	7.50	10	5.00	4	2.00	2	1.00	62	31.00	
บริการช่างล่าช้า 2 ชั่วโมงขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	4	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.5	-	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50	
อื่นๆ	8	0.80	4	0.40	-	-	-	-	8	0.80	33	3.30	38	3.80	31	3.10	10	1.00	113	11.30	76	7.60	74	7.40	29	2.90	13	1.30	271	27.10	
รวม																															

ปัญหาด้านราคา	อายุปี)																														
	41-50				51-60				60 ขึ้นไป																						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด																			
คิดราคาค่าบริการเกินสมควรถึงแม้จะใช้บริการไม่เต็มจำนวน	10	5.00	14	7.00	4	2.00	1	0.50	7	3.50	4	2.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	2	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
ถึงหนึ่งชั่วโมง	10	5.00	4	2.00	3	1.50	1	0.50	24	12.00	6	3.00	-	-	2	1.00	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
ราคาค่าซ่อมแซมเปลี่ยนแปลง รั่วไหลบ่อย	8	4.00	5	2.50	2	1.00	8	4.00	19	9.50	5	2.50	2	1.00	1	0.50	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50		
ราคาค่าซ่อมแซมสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานแล้วจะคิดค่าใช้จ่าย	7	3.50	4	2.00	3	1.50	3	1.50	25	12.50	7	3.50	1	0.50	1	0.50	-	-	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50		
บริการช่างล่าช้า 2 ชั่วโมงขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.5	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50		
อื่นๆ	35	3.50	27	2.70	12	1.20	19	1.90	117	11.70	25	2.50	7	0.70	5	0.50	1	0.10	37	3.70	-	-	-	-	-	-	5	0.50			
รวม																															

จากตารางที่ 122 พบว่าปัญหาด้านราคาของผู้บริโภคทุกช่วงอายุยกเว้นผู้บริโภคน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบปัญหาด้านพนักงานหมวด ใยหินไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ผู้บริโภครายนี้ต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบในระดับพบมากที่สุด และไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 123 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบจากการใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
คิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึง หนึ่งชั่วโมง	3.75 (มาก)	3.18 (น้อย)	3.03 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.87 (มาก)	1.00 (ไม่พบ)
ราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป	3.75 (มาก)	2.93 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ราคาค่าชั่วโมงเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาบ่อย	3.75 (มาก)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวว่าจะต้องใช้บริการ อย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป	3.75 (มาก)	2.47 (น้อยที่สุด)	2.08 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	3.20 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.70 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 123 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านคิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง ราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป ราคาค่าชั่วโมงเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาบ่อย และ ราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวว่าจะต้องใช้บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ได้แก่ ด้านคิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ อายุ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านนี้

ตารางที่ 124 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่ใช้บริการนวดแผนโบราณและสปา

ปัญหาด้านราคา	อายุ(ปี)																							
	ต่ำกว่า 30						30-60																	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ												
คิดค่าค่าบริการสูงเกินไปและไม่คุ้มค่า	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50	จำนวน 14	ร้อยละ 7.00	จำนวน 3	ร้อยละ 1.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 11	ร้อยละ 5.50	จำนวน 10	ร้อยละ 5.00	จำนวน 17	ร้อยละ 8.50	จำนวน 20	ร้อยละ 10.00	จำนวน 4	ร้อยละ 2.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 7	ร้อยละ 3.50		
ราคาต่ำเกินไปเกินไป	15	7.50	-	-	5	2.50	-	-	17	8.50	12	6.00	6	3.00	6	3.00	-	-	22	11.00	17	8.50	14	7.00
ราคาต่ำเกินไปเกินไปเกินไป	6	3.00	12	6.00	2	1.00	1	0.50	16	8.00	6	3.00	11	5.50	5	2.50	8	4.00	19	9.50	16	8.00	15	7.50
ราคาต่ำเกินไปเกินไปเกินไปเกินไป	4	2.00	1	0.50	1	0.50	2	1.00	28	14.50	10	5.00	8	4.00	6	3.00	1	0.50	24	12.00	19	9.50	17	8.50
บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	49	24.50
รวม	32	3.20	27	2.70	11	1.10	5	0.50	110	11.00	38	3.80	42	4.20	32	3.20	13	1.30	120	12.00	89	6.90	50	5.00

ปัญหาด้านราคา	อายุ(ปี)																							
	ต่ำกว่า 30						30-60																	
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	ไม่พบ												
คิดค่าค่าบริการสูงเกินไปและไม่คุ้มค่า	จำนวน 12	ร้อยละ 6.00	จำนวน 9	ร้อยละ 4.50	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 6	ร้อยละ 3.00	จำนวน 16	ร้อยละ 8.00	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 1	ร้อยละ 0.50	จำนวน 2	ร้อยละ 1.00	จำนวน 11	ร้อยละ 5.50	จำนวน -	ร้อยละ -	จำนวน -	ร้อยละ -
ราคาต่ำเกินไปเกินไป	10	5.00	6	3.00	2	1.00	3	1.50	28	14.00	1	0.50	2	1.00	1	0.50	1	0.50	11	5.50	-	-	-	-
ราคาต่ำเกินไปเกินไปเกินไป	9	4.50	6	3.00	2	1.00	3	1.50	29	14.50	1	0.50	1	0.50	-	-	2	1.00	12	6.00	-	-	-	-
ราคาต่ำเกินไปเกินไปเกินไปเกินไป	5	2.50	5	2.50	3	1.50	1	0.50	35	17.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-
บริการอย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-
รวม	36	3.60	26	2.60	13	1.30	13	1.30	157	15.70	4	0.40	5	0.50	3	0.30	6	0.60	89	6.20	-	-	-	-

จากตารางที่ 124 พบว่าปัญหาด้านราคาของผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่พบจากผู้ใช้บริการนวดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 125 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านราคาที่พบจากการใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านราคา	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
คิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึง หนึ่งชั่วโมง	3.11 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.80 (มาก)	2.90 (น้อย)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป	2.89 (น้อย)	2.71 (น้อย)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อยที่สุด)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ราคาค่าชั่วโมงเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาบ่อย	2.76 (น้อย)	2.53 (น้อย)	3.16 (น้อย)	2.24 (น้อยที่สุด)	1.56 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ราคาค่าชั่วโมงถูกกำหนดตายตัวว่าจะต้องใช้บริการ อย่างต่ำ 2 ชั่วโมงขึ้นไป	1.62 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	3.18 (น้อย)	1.86 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.28 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.07 (น้อยที่สุด)	1.54 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 125 พบว่าปัญหาด้านการบริการที่ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการ
 พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่พบจากการใช้
 บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านคิดราคาค่าบริการเต็มชั่วโมงถึงแม้จะใช้บริการไม่ถึงหนึ่งชั่วโมง
 มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพรับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคาค่าชั่วโมงแพงเกินไป มากกว่า
 ด้านอื่นๆ

ตารางที่ 126 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามระดับของปัญหา ด้านสัญลักษณ์ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	ระดับของปัญหาที่พบจากการไปใช้บริการ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
เพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี	43	21.50	23	11.50	19	9.50	9	4.50	106	53.00	200	2.44	น้อยที่สุด
ชื่อเรียกจ่ายากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผนโบราณ	35	17.50	28	14.00	20	10.00	12	6.00	105	52.50	200	2.38	น้อยที่สุด
ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	35	17.50	23	11.50	31	15.50	6	3.00	105	52.50	200	2.38	น้อยที่สุด
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ
รวม	113	14.13	74	9.25	70	8.75	27	3.38	516	64.50	800	2.05	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 126 พบว่าปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.05 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านสัญลักษณ์แต่ละด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุดทุกด้าน

ตารางที่ 127 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนที่มีปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณและเขต

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	เพศ											
	ชาย						หญิง					
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	ไม่พบ
ทั้งหมด	จำนวน 39	จำนวน 19	จำนวน 17	จำนวน 5	จำนวน 75	จำนวน 4	จำนวน 2	จำนวน 1.00	จำนวน 4	จำนวน 2.00	จำนวน 31	จำนวน 15.50
ที่จะให้บริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี	จำนวน 31	จำนวน 24	จำนวน 18	จำนวน 11	จำนวน 71	จำนวน 4	จำนวน 2	จำนวน 1.00	จำนวน 1	จำนวน 0.50	จำนวน 34	จำนวน 17.00
หรือเรียกจ่ายและไม่แบ่งบอกความเป็นหมวดแผนโบราณ	จำนวน 32	จำนวน 18	จำนวน 27	จำนวน 3	จำนวน 75	จำนวน 3	จำนวน 5	จำนวน 2.50	จำนวน 3	จำนวน 1.50	จำนวน 30	จำนวน 15.00
ไม่เป็นที่รัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 165	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน -	จำนวน 45	จำนวน 22.50
อื่นๆ	จำนวน 102	จำนวน 61	จำนวน 62	จำนวน 19	จำนวน 376	จำนวน 11	จำนวน 13	จำนวน 1.63	จำนวน 8	จำนวน 1.00	จำนวน 140	จำนวน 17.50
รวม	จำนวน 102	จำนวน 61	จำนวน 62	จำนวน 19	จำนวน 376	จำนวน 11	จำนวน 13	จำนวน 1.63	จำนวน 8	จำนวน 1.00	จำนวน 140	จำนวน 17.50

จากตารางที่ 127 พบว่าปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคพึงพิศพหายและหญิงส่วนใหญ่มพบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 128 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
เพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี	2.63 (น้อย)	1.80 (น้อยที่สุด)
ชื่อเรียกจ่ายยากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผนโบราณ	2.57 (น้อย)	1.73 (น้อยที่สุด)
ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	2.54 (น้อย)	1.84 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.19 (น้อยที่สุด)	1.59 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 128 พบว่าปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านเพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 129 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสุขภาพจากการให้บริการนัดหมายในโรคและอายุ

ปัญหาด้านสุขภาพ	อายุ (ปี)																											
	ต่ำกว่า 20						21 - 30						31 - 40															
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	รวม	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	รวม	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	รวม										
ที่จะให้บริการ ไม่แน่ใจว่าจะมีบริการ	2	1.00	-	1	0.50	-	1	0.50	10	5.00	11	5.50	6	3.00	1	0.50	17	8.50	20	10.00	6	3.00	10	5.00	5	2.50	52	26.00
สิทธิรักษาและไม่สะดวกเป็นอันดับ	2	1.00	-	1	0.50	-	1	0.50	10	5.00	9	4.50	7	3.50	2	1.00	17	8.50	16	8.00	7	3.50	7	3.50	6	3.00	157	28.50
ไม่เป็นที่รัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	2	1.00	-	1	0.50	-	1	0.50	8	4.00	12	6.00	12	6.00	-	-	13	6.50	16	8.00	5	4.50	9	4.50	5	2.50	58	29.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50
รวม	6	0.75	-	3	0.38	-	7	0.88	28	3.50	32	4.00	25	3.13	3	0.38	92	11.50	52	6.50	18	2.25	26	3.25	16	2.00	260	32.50

ปัญหาด้านสุขภาพ	อายุ (ปี)																												
	41: 50						51: 60						60 ขึ้นไป																
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	รวม	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	รวม	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	รวม											
ที่จะให้บริการ ไม่แน่ใจว่าจะมีบริการ	4	2.00	5	2.50	2	1.00	2	1.00	7	3.50	1	0.50	-	-	-	1	0.50	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
สิทธิรักษาและไม่สะดวกเป็นอันดับ	2	1.00	8	4.00	4	2.00	3	1.50	25	12.50	5	2.50	4	2.00	1	0.50	1	0.50	4	2.00	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50
ไม่เป็นที่รัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	4	2.00	5	2.50	7	3.50	1	0.50	25	12.50	5	2.50	1	0.50	2	1.00	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	42	21.0	-	-	-	-	-	-	-	15	7.50	-	-	-	-	-	-	-	1	0.50	
รวม	10	1.25	18	2.25	13	1.63	6	0.75	17	2.13	6	0.75	3	0.38	2	0.25	32	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	4	0.50	

จากตารางที่ 129 พบว่าปัญหาด้านสุขภาพของผู้บริโภคทุกช่วงอายุส่วนใหญ่พบจากให้บริการนัดหมายในโรค ในระดับไม่พบ มากกว่า

ระดับอื่นๆ

ตารางที่ 130 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
เพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี	3.50 (มาก)	2.91 (น้อย)	2.32 (น้อยที่สุด)	1.88 (น้อยที่สุด)	3.13 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ชื่อเรียกจ่ายากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผนโบราณ	3.50 (มาก)	2.84 (น้อย)	2.13 (น้อยที่สุด)	2.02 (น้อยที่สุด)	3.33 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	3.50 (มาก)	3.04 (น้อย)	2.10 (น้อยที่สุด)	2.10 (น้อยที่สุด)	2.80 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.88 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)	1.89 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 130 พบว่าปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านเพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี ชื่อเรียกจ่ายากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผนโบราณ และไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี และ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านเพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านชื่อเรียกจ่ายากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผนโบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ อายุ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านนี้

ตารางที่ 131 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่พบจากการใช้บริการводแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	อาชีพ																												
	รับราชการ						พนักงานบริษัทเอกชน																						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ														
ที่จะไม่ติดบัตร ไม่แจ้งจ่ายค่าบริการ	2	1.00	3	1.50	1	0.50	29	14.50	12	6.00	9	4.50	3	1.50	2	1.00	23	11.50	21	10.50	7	3.50	6	3.00	1	0.50	14	7.00	
ชื่อเรียกจ่ายค่าและไม่แจ้งยกความเป็นขอแผนโบราณ	1	0.50	4	2.00	3	1.50	-	29	14.50	9	4.50	10	5.00	6	3.00	4	2.00	20	10.00	19	9.50	8	4.00	7	3.50	3	1.50	12	6.00
ไม่แจ้งแจ้งจ่าย ไม่ยอมยื่นเหตุถึง	1	0.50	2	1.00	5	2.50	-	29	14.50	8	4.00	9	4.50	7	3.50	1	0.50	24	12.00	20	10.00	8	4.00	11	5.50	-	-	10	5.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.5	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.5	
รวม	4	0.50	8	1.00	11	1.38	124	15.50	29	3.63	28	3.50	16	2.00	7	0.88	116	14.50	60	7.50	23	2.88	24	3.00	4	0.50	95	10.63	

ปัญหาด้านสัญลักษณ์	อาชีพ																												
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว						รับจ้าง																						
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ														
ที่จะไม่ติดบัตร ไม่แจ้งจ่ายค่าบริการ	8	4.00	3	1.50	6	3.00	3	1.50	29	14.50	-	2	1.00	1	0.50	2	1.00	11	5.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชื่อเรียกจ่ายค่าและไม่แจ้งยกความเป็นขอแผนโบราณ	6	3.00	5	2.50	3	1.50	3	1.50	32	16.00	-	1	0.50	1	0.50	2	1.00	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ไม่แจ้งแจ้งจ่าย ไม่ยอมยื่นเหตุถึง	6	3.00	3	1.50	6	3.00	4	2.00	30	15.00	-	1	0.50	2	1.00	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	49	24.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	20	2.50	11	1.38	15	1.88	10	1.25	140	17.50	-	4	0.50	4	0.50	5	0.63	51	6.38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

จากตารางที่ 131 พบว่าปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคพบมากที่สุดในอาชีพรับจ้าง ไม่พบ

มากที่สุด

ตารางที่ 132 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านสัญลักษณ์ที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านชื่อเสียง	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
เพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี	1.57 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	3.41 (น้อย)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ชื่อเรียกจ่ายยากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผน โบราณ	1.59 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	3.39 (น้อย)	1.98 (น้อยที่สุด)	1.44 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมีคนพูดถึง	1.54 (น้อยที่สุด)	2.51 (น้อย)	3.57 (มาก)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	1.43 (ไม่พบ)	2.22 (น้อยที่สุด)	2.84 (น้อย)	1.78 (น้อยที่สุด)	1.39 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 132 พบว่าปัญหาด้านชื่อเสียงที่ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่
พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านชื่อเรียกจ่ายยากและไม่บ่งบอกความเป็นนวดแผน
โบราณ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างส่วนใหญ่
ได้แก่ ด้านเพิ่งจะให้เปิดบริการ ไม่แน่ใจว่าจะบริการดี มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่เป็นที่รู้จัก ไม่ค่อยมี
คนพูดถึง มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 133 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตาม ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่พบ จากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	ระดับของปัญหาที่พบจากการไม่ใช้บริการ										รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ไม่มีการโฆษณาหรือโฆษณาน้อยเกินไป	50	25.00	30	15.00	24	12.00	14	7.00	82	41.00	200	2.76	น้อย
การข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป	49	24.50	35	17.50	25	12.50	21	10.50	70	35.00	200	2.66	น้อย
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด	60	30.00	33	16.50	27	13.50	14	7.00	66	33.00	200	3.04	น้อย
ไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	57	28.50	31	15.50	30	15.00	9	4.50	73	36.50	200	2.95	น้อย
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าเปิดรับสมาชิก	39	19.50	17	8.50	27	13.50	23	11.50	94	47.50	200	2.42	น้อยที่สุด
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก	40	20.00	15	7.50	25	12.50	12	6.00	108	54.00	200	2.34	น้อยที่สุด
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ
รวม	295	21.07	161	11.50	158	11.29	93	6.64	693	49.50	1,400	2.48	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 133 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.48 โดยในรายละเอียดของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แต่ละด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อย ยกเว้นด้านพนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าเปิดรับสมาชิก และพนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด

ตารางที่ 134 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่พบจากการใช้
บริการนวดแผนโบราณและพืช

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	ชาย										หญิง									
	มาก		น้อย		ไม่พบ		มากที่สุด		มาก		น้อย		มากที่สุด		ไม่พบ		มากที่สุด		ไม่พบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีกระโหลกหรือไขสันหลังหรือข้อต่อ	41	20.50	26	13.00	21	10.50	9	4.50	58	29.00	9	4.50	4	2.00	3	1.50	5	2.50	24	12.00
การขาดและการประสานกันของข้อต่อ	39	19.50	29	14.50	21	10.50	12	6.00	54	27.00	10	5.00	6	3.00	4	2.00	9	4.50	16	8.00
ไม่มีกระดูกสันหลังหรือข้อต่อ	52	26.00	26	13.00	25	12.50	8	4.00	44	22.00	8	4.00	7	3.50	2	1.00	6	3.00	22	11.00
ไม่มีกระดูกสันหลังหรือข้อต่อ	49	24.50	26	13.00	25	12.50	7	3.50	48	24.00	8	4.00	5	2.50	5	2.50	2	1.00	25	12.50
มีอาการปวดหรือข้อต่อ	34	17.00	15	7.50	25	12.50	15	7.50	66	33.00	5	2.50	2	1.00	2	1.00	8	4.00	28	14.00
มีอาการปวดหรือข้อต่อ	36	18.00	11	5.50	22	11.00	10	5.00	76	38.00	4	2.00	4	2.00	3	1.50	2	1.00	32	16.00
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	165	77.5	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50
	251	17.93	133	9.50	139	9.93	61	4.36	501	35.79	44	3.14	28	2.00	19	1.36	32	2.29	192	13.71

จากตารางที่ 134 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

ตารางที่ 135 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและเทศ

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ไม่มีการโฆษณาหรือโฆษณาน้อยเกินไป	2.89 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)
การข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป	2.92 (น้อย)	2.67 (น้อย)
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด	3.22 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)
ไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.14 (น้อย)	2.31 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าจะเปิดรับสมาชิก	2.59 (น้อย)	1.84 (น้อยที่สุด)
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก	2.49 (น้อยที่สุด)	1.80 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.61 (น้อย)	2.05 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 135 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนผู้บริโภคเพศหญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ การข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 136 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์พบจากการใช้บริการหมวดแผนไปรษณีย์และอภัย

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์	อายุ(ปี)																										
	ต่ำกว่า 20					21 - 30					31 - 40																
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ												
ไม่มีทางเลือกอื่นหรือยอมจ่ายเพิ่ม	1	0.50	1	0.50	1	0.50	10	5.00	9	4.50	11	5.50	2	1.00	13	6.50	24	12.00	7	3.50	8	4.00	8	4.00	46	23.00	
การช่วยเหลือการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป	1	0.50	1	0.50	1	0.50	10	5.00	10	5.00	11	5.50	3	1.50	11	5.50	26	13.00	12	6.00	9	4.50	11	5.50	35	17.50	
ไม่มีทางส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ใช้วงลด	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	13	6.50	9	4.50	1	0.50	10	5.00	30	15.00	6	3.00	12	6.00	7	3.50	38	19.00	
ไม่มีทางเปิดรับสมาชิกใหม่ให้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	2	1.00	-	-	1	0.50	9	4.50	10	5.00	10	5.00	1	0.50	15	7.50	30	15.00	10	5.00	11	5.50	5	2.50	37	18.50	
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าเป็นวีซีดี	2	1.00	-	-	1	0.50	9	4.50	5	2.50	6	4.00	5	2.50	18	9.00	20	10.00	6	3.00	9	4.50	14	7.00	44	22.00	
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก	2	1.00	-	-	1	0.50	7	3.50	6	3.00	11	5.50	3	1.50	18	9.00	22	11.00	4	2.00	6	3.00	8	4.00	53	26.50	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	22.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	93	46.50
รวม	9	0.84	3	0.21	6	0.43	57	4.07	53	3.79	60	4.29	15	1.07	130	9.28	152	10.86	45	3.21	55	3.93	53	3.79	346	24.71	

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์	อายุ(ปี)																										
	41-50					51-60					60ขึ้นไป																
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่พบ												
ไม่มีทางเลือกอื่นหรือยอมจ่ายเพิ่ม	11	5.50	10	5.00	2	1.00	3	1.50	16	8.00	4	2.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	5	2.50	-	-	-	-	-	1	0.50
การช่วยเหลือการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป	9	4.50	7	3.50	3	1.50	5	2.50	18	9.00	3	1.50	5	2.50	1	0.50	2	1.00	4	2.00	-	-	-	-	-	1	0.50
ไม่มีทางส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ใช้วงลด	12	6.00	9	4.50	2	1.00	4	2.00	15	7.50	5	2.50	4	2.00	3	1.50	2	1.00	1	0.50	-	-	-	-	-	1	0.50
ไม่มีทางเปิดรับสมาชิกใหม่ให้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	12	6.00	7	3.50	5	2.50	3	1.50	15	7.50	4	2.00	4	2.00	3	1.50	-	-	4	2.00	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าเป็นวีซีดี	4	2.00	5	2.50	6	3.00	3	1.50	24	12.00	4	2.00	1	0.50	3	1.50	1	0.50	6	3.00	-	-	-	-	-	1	0.50
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก	5	2.50	4	2.00	4	2.00	1	0.50	28	14.00	4	2.00	1	0.50	3	1.50	-	-	7	3.50	-	-	-	-	-	1	0.50
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	42	21.00	-	-	-	-	-	-	-	-	15	7.50	-	-	-	-	-	1	0.50
รวม	53	3.79	42	3.00	22	1.57	19	1.36	158	11.28	24	1.71	18	1.29	16	1.07	6	0.43	42	3.00	-	-	-	-	-	7	0.50

จากตารางที่ 136 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผู้บริโภคทุกช่วงอายุส่วนใหญ่พบจากใช้

บริการหมวดแผนกในรายณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 137 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21- 30	31- 40	41- 50	51 - 60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ไม่มีการโฆษณาหรือโฆษณาน้อยเกินไป	3.25 (น้อย)	3.02 (น้อย)	2.52 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.00 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
การข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป	3.25 (น้อย)	3.11 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.62 (น้อย)	3.07 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด	3.25 (น้อย)	3.36 (น้อย)	2.82 (น้อย)	2.98 (น้อย)	3.67 (มาก)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.50 (มาก)	2.93 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.95 (น้อย)	3.27 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าจะเปิดรับสมาชิก	3.50 (มาก)	2.60 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.10 (น้อยที่สุด)	2.73 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก	3.50 (มาก)	2.58 (น้อย)	2.29 (น้อยที่สุด)	1.98 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	3.04 (น้อย)	2.68 (น้อย)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.37 (น้อยที่สุด)	2.77 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 137 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าจะเปิดรับสมาชิกและพนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 21 - 30 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอายุ อายุ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาด้านนี้

ตารางที่ 138 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนใบรายการและอาชีพ

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์	อาชีพ																													
	ข้าราชการ				พนักงานรัฐวิสาหกิจ				พนักงานธุรกิจภาค																					
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย																		
ไม่มีวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด	16	8.00	3	1.50	1	0.50	3	1.50	14	7.00	11	5.50	8	4.00	9	4.50	2	1.00	19	9.50	16	8.00	10	5.00	8	4.00	1	0.50	14	7.00
การข่าวและการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป	15	7.50	4	2.00	2	1.00	5	2.50	11	5.50	11	5.50	11	5.50	10	5.00	3	1.50	14	7.00	15	7.50	12	6.00	5	2.50	4	2.00	13	6.50
ไม่มีวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด	16	8.00	1	0.50	2	1.00	2	1.00	16	8.00	10	5.00	9	4.50	12	6.00	4	2.00	14	7.00	21	10.50	13	6.50	6	3.00	-	-	9	4.50
ไม่มีวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด	18	9.00	2	1.00	3	1.50	2	1.00	12	6.00	9	4.50	7	3.50	10	5.00	4	2.00	19	9.50	17	8.50	15	7.50	6	3.00	-	-	11	5.50
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่ามีสินค้า	3	1.50	2	1.00	6	3.00	9	4.50	17	8.50	8	4.00	5	2.50	9	4.50	3	1.50	24	12.00	18	9.00	7	3.50	8	4.00	-	-	16	8.00
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้ซื้อสินค้า	4	2.00	-	-	2	1.00	5	2.50	26	13.00	7	3.50	6	3.00	8	4.00	3	1.50	23	11.50	19	9.50	4	2.00	6	3.00	-	-	20	10.00
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	37	18.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	48	24.00
รวม	72	5.14	12	0.86	16	1.14	26	1.86	133	9.50	56	4.00	48	3.43	58	4.14	19	1.36	162	11.57	106	7.57	61	4.36	39	2.79	5	0.36	132	9.43

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์	อาชีพ																														
	ครอบครัว				รับจ้าง				อื่นๆ																						
	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย	มากที่สุด	น้อย																			
ไม่มีวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด	6	3.00	7	3.50	4	2.00	7	3.50	25	12.50	1	0.50	2	1.00	2	1.00	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การข่าวและการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป	7	3.50	5	2.50	5	2.50	6	3.00	26	13.00	1	0.50	3	1.50	3	1.50	3	1.50	6	3.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด	13	6.50	7	3.50	5	2.50	5	2.50	19	9.50	-	-	3	1.50	2	1.00	3	1.50	8	4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไม่มีวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาด	13	6.50	5	2.50	8	4.00	2	1.00	21	10.50	-	-	2	1.00	3	1.50	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่ามีสินค้า	10	5.00	2	1.00	2	1.00	8	4.00	27	13.50	-	-	1	0.50	2	1.00	3	1.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้ซื้อสินค้า	10	5.00	2	1.00	5	2.50	3	1.50	29	14.50	-	-	1	0.50	4	2.00	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	59	4.21	28	2.00	29	2.07	31	2.21	196	14.00	2	0.14	12	0.86	16	1.14	12	0.86	70	5.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 138 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่ผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่มองพบมากที่สุด

บริการแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 139 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ไม่มีการโฆษณาหรือโฆษณาน้อยเกินไป	3.11 (น้อย)	2.80 (น้อย)	3.27 (น้อย)	2.22 (น้อยที่สุด)	1.94 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
การข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป	3.19 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.24 (น้อย)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.36 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด	2.97 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.76 (มาก)	2.80 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.32 (น้อย)	2.65 (น้อย)	3.55 (มาก)	2.73 (น้อย)	1.81 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับไม่แจ้งให้ทราบว่าจะเปิดรับสมาชิก	2.05 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	3.22 (น้อย)	2.18 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
พนักงานต้อนรับไม่เชิญชวนให้เป็นสมาชิก	1.68 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)	3.04 (น้อย)	2.20 (น้อยที่สุด)	1.75 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.47 (น้อยที่สุด)	2.47 (น้อยที่สุด)	3.01 (น้อย)	2.19 (น้อยที่สุด)	1.79 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 139 พบว่าปัญหาด้านวัสดุสื่อสารหรือการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านไม่มีการเปิดรับสมาชิกทำให้ไม่ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านการข่าวและการประชาสัมพันธ์มีน้อยเกินไป มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่ให้ส่วนลด มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 140 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาอื่นๆ ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ

ปัญหาอื่นๆ	ระดับของปัญหาที่พบจากการไปใช้บริการ												แปลผล
	มากที่สุด		มาก		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่พบ		รวม	ค่าเฉลี่ย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย	70	35.00	43	21.50	14	7.00	9	4.50	64	32.00	200	3.23	น้อย
มีความเชื่อว่าการนวดไม่ดี	33	16.50	19	9.50	21	10.50	11	5.50	116	58.00	200	2.21	น้อยที่สุด
นวดแล้วไม่สบายตัวไม่ประทับใจ	43	21.50	26	13.00	17	8.50	13	6.50	101	50.50	200	2.49	น้อยที่สุด
ส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์	49	24.50	30	15.00	16	8.00	26	13.00	79	39.50	200	2.72	น้อย
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	200	100.00	200	1.00	ไม่พบ
รวม	195	19.50	118	11.80	68	6.80	59	5.90	560	56.00	1,000	2.33	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 140 พบว่าปัญหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.33 โดยในรายละเอียดของปัญหาอื่นๆ แต่ละด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อยที่สุดทุกด้าน ยกเว้นด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปัญหาน้อย

ตารางที่ 141 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำนวนตามปัญหาอื่นๆ ที่พบจากการใช้บริการวางแผนโบราณและเพชร

ปัญหาอื่นๆ	ชาย												หญิง																							
	มากที่สุด				มาก				น้อย				น้อยที่สุด				มากที่สุด				มาก				น้อย				น้อยที่สุด				ไม่พบ			
	จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย	57	28.50	35	17.50	11	5.50	7	3.50	45	22.50	13	6.50	8	4.00	3	1.50	2	1.00	19	9.50																
มีความรู้เรื่องประกันชีวิตไม่ดี	29	14.50	17	8.50	20	10.00	6	3.00	83	41.50	4	2.00	2	1.00	1	0.50	5	2.50	33	16.50																
นัดแล้วไม่สามารถไปประชุมได้	39	19.50	22	11.00	13	6.50	9	4.50	72	36.00	4	2.00	4	2.00	4	2.00	4	2.00	29	14.50																
ส่วนใหญ่ยังคงไม่ยอมไปรับบริการวางแผนโบราณเพราะทำให้เสียภาพพจน์	41	20.50	26	13.00	14	7.00	20	10.00	54	27.00	8	4.00	4	2.00	2	1.00	6	3.00	25	12.50																
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
รวม	166	16.60	100	10.00	58	5.80	42	4.20	408	40.80	29	2.90	18	1.80	10	1.00	17	1.70	151	15.10																

จากตารางที่ 141 พบว่าปัญหาด้านอื่นๆ ที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการวางแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 142 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาอื่นๆ ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและเพศ

ปัญหาอื่นๆ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย	3.34 (น้อย)	2.87 (น้อย)
มีความเชื่อที่ว่า การนวดไม่ดี	2.37 (น้อยที่สุด)	1.64 (น้อยที่สุด)
นวดแล้วไม่สบายตัวไม่ประทับใจ	2.66 (น้อย)	1.89 (น้อยที่สุด)
ส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์	2.87 (น้อย)	2.20 (น้อยที่สุด)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	2.45 (น้อยที่สุด)	1.92 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 142 พบว่าปัญหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคทั้งเพศชายและหญิงส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริจาคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบ ในระดับมากที่สุดและไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 144 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาอื่นๆ ที่พบจากการใช้บริการ
 นวดแผนโบราณและอายุ

ปัญหาอื่นๆ	อายุ (ปี)					
	ต่ำกว่า 20	21-30	31-40	41-50	51-60	60 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.14 (น้อย)	2.90 (น้อย)	3.40 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
มีความเชื่อที่ว่าการนวดไม่ดี	3.75 (มาก)	2.51 (น้อย)	2.14 (น้อยที่สุด)	1.76 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
นวดแล้วไม่สบายตัวไม่ประทับใจ	3.75 (มาก)	2.80 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	1.93 (น้อยที่สุด)	3.07 (น้อย)	4.00 (มาก)
ส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์	3.75 (มาก)	3.36 (น้อย)	2.57 (น้อย)	2.26 (น้อยที่สุด)	2.87 (น้อย)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	3.20 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.25 (น้อยที่สุด)	1.97 (น้อยที่สุด)	2.60 (น้อย)	1.60 (น้อยที่สุด)

จากตารางที่ 144 พบว่าปัญหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคนอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย มีความเชื่อที่ว่าการนวดไม่ดี นวดแล้วไม่สบายตัวไม่ประทับใจ และส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์ มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี และ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย มากกว่าด้านอื่นๆ

ผู้บริโภคนอายุ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านนวดแล้วไม่สบายตัวไม่ประทับใจ มากกว่าด้านอื่นๆ

ตารางที่ 145 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาอื่นๆ ที่พบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาอื่นๆ	ข้าราชการ												พนักงานบริษัทเอกชน												พนักงานรัฐวิสาหกิจ											
	ข้าราชการ				พนักงานบริษัทเอกชน				พนักงานรัฐวิสาหกิจ				ข้าราชการ				พนักงานบริษัทเอกชน				พนักงานรัฐวิสาหกิจ															
	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ			
ภาวะเศรษฐกิจถดถอย	15	7.50	1	0.50	1	0.50	14	7.00	13	6.50	16	8.00	6	3.00	2	1.00	12	6.00	23	11.50	13	6.50	3	1.50	2	1.00	8	4.00								
มีความเชื่อที่ว่าการขาดไม่ได้	2	1.00	1	0.50	2	1.00	3	1.50	7	3.50	9	4.50	6	3.00	2	1.00	25	12.50	18	9.00	6	3.00	7	3.50	2	1.00	16	8.00								
นัดแล้วไม่มาด้วย ไม่ประทับใจ	5	2.50	-	-	1	0.50	5	2.50	6	4.00	13	6.50	5	2.50	2	1.00	21	10.50	19	9.50	7	3.50	6	3.00	1	0.50	16	8.00								
ส่วนใหญ่สังคมไทยไม่มีเงินไปรับบริการหมวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์	4	2.00	2	1.00	14	7.00	15	7.50	11	5.50	13	6.50	3	1.50	3	1.50	19	9.50	22	11.00	9	4.50	3	1.50	2	1.00	13	6.50								
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.50								
รวม	26	2.60	9	0.90	6	0.60	23	2.30	39	3.90	51	5.10	20	2.00	9	0.90	126	12.60	82	8.20	35	3.50	19	1.90	7	0.70	102	10.20								

ปัญหาอื่นๆ	รับจ้าง												อื่นๆ														
	รับจ้าง				อื่นๆ				รับจ้าง				อื่นๆ														
	มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน
ภาวะเศรษฐกิจถดถอย	16	8.00	6	3.00	4	2.00	3	1.50	20	10.00	3	1.50	2	1.00	-	-	1	0.50	10	5.00	-	-	-	-	-	-	-
มีความเชื่อที่ว่าการขาดไม่ได้	5	2.50	2	1.00	5	2.50	3	1.50	34	17.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	
นัดแล้วไม่มาด้วย ไม่ประทับใจ	10	5.00	5	2.50	4	2.00	4	2.00	26	13.00	1	0.50	1	0.50	1	0.50	12	6.00	-	-	-	-	-	-	-	-	
ส่วนใหญ่สังคมไทยไม่มีเงินไปรับบริการหมวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์	11	5.50	4	2.00	5	2.50	7	3.50	22	11.00	1	0.50	2	1.00	3	1.50	-	-	10	5.00	-	-	-	-	-	-	
อื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	49	24.00	-	-	-	-	-	16	8.00	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	42	4.20	17	1.70	18	1.80	17	1.70	151	15.10	6	0.60	6	0.60	5	0.50	3	0.30	60	6.00	-	-	-	-	-	-	

จากตารางที่ 145 พบว่าปัญหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคมองว่าพบมากที่สุดส่วนใหญ่มองว่าพบจากการใช้บริการหมวดแผนโบราณ ในระดับไม่พบ มากกว่าระดับอื่นๆ

ตารางที่ 146 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภค จำแนกตามปัญหาอื่นๆ ที่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณและอาชีพ

ปัญหาอื่นๆ	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย	3.19 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.84 (มาก)	2.90 (น้อย)	2.19 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
มีความเชื่อว่าการนวดไม่ดี	1.49 (ไม่พบ)	2.41 (น้อยที่สุด)	3.16 (น้อย)	1.80 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
นวดแล้วไม่สบายตัวไม่ประทับใจ	1.73 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	3.24 (น้อย)	2.37 (น้อยที่สุด)	1.63 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
ส่วนใหญ่สังคมไทยไม่นิยมไปรับบริการนวดแผนโบราณ เพราะทำให้เสียภาพพจน์	2.08 (น้อยที่สุด)	2.88 (น้อย)	3.51 (มาก)	2.49 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)
อื่นๆ	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)	1.00 (ไม่พบ)
รวม	1.90 (น้อยที่สุด)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.95 (น้อย)	2.11 (น้อยที่สุด)	1.69 (น้อยที่สุด)	1.00 (ไม่พบ)

จากตารางที่ 146 พบว่าปัญหาอื่นๆ ที่ผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย มากกว่าด้านอื่นๆ