

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสปาที่ใช้บ่อยที่สุด

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
สปาเพื่อสุขภาพ	150	50.0
นวดเพื่อสุขภาพ	150	50.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 50.0 และใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	97	32.3
หญิง	203	67.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.7 เป็นเพศชาย ร้อยละ 32.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	2	0.7
21-30 ปี	63	21.0
31-40 ปี	95	31.7
41-50 ปี	97	32.3
51-60 ปี	37	12.3
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	6	2.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 32.3 รองลงมาอายุ 31-40 ร้อยละ 31.7 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 21.0 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 12.3 อายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.0 และไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	7	2.3
10,001-30,000 บาท	90	30.0
30,001-50,000 บาท	121	40.3
50,001-70,000 บาท	62	20.7
มากกว่า 70,000 บาท	20	6.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 30.0 50,001-70,000 บาท ร้อยละ 20.7 มากกว่า 70,000 บาท ร้อยละ 6.7 และไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนกี่ครั้ง

การเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	85	28.3
3-4 ครั้ง	117	39.0
5-6 ครั้ง	46	15.3
มากกว่า 6 ครั้ง	52	17.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่คือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 28.3 มากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 17.4 และ 5-6 ครั้ง ร้อยละ 15.3

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ทุกครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การใช้บริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ทุกครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	78	26.0
ไม่ได้ใช้บริการ	222	74.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ทุกครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 74.0 และใช้บริการ ร้อยละ 26.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
รักษาสุขภาพ	69	23.0
พักผ่อน คลายเครียด	152	50.7
ความสวยงาม ความงาม	79	26.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสปา คือ พักผ่อน คลายเครียด ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ความสวยงาม ความงาม ร้อยละ 26.3 และรักษาสุขภาพ ร้อยละ 23.0

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของการบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ

ประเภทของการบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
นวดแผนไทย	130	43.3
นวดประคบสมุนไพร	89	29.7
นวดกดจุดฝ่าเท้า	120	40.0
นวดอโรมา (นวดน้ำมันหอมระเหยสมุนไพร)	89	29.7
นวดล้านนาเอ็กโซติก	22	7.3
นวดสวีดิช	0	0.0
นวดสวนดอก	15	5.0
นวดน้ำมันกดเส้นลึก	59	19.7
แช่น้ำสมุนไพร	15	5.0
แช่น้ำในอ่างน้ำวน (อ่างจากุซซี่)	7	2.3
อบไอน้ำสมุนไพร	20	6.7
ขัดผิวหน้าผิวกายด้วยสมุนไพร	27	9.0
กำจัดขน	22	7.3
พอกตัว	14	4.7
ทรีทเมนท์หน้าใส	16	5.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของการบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ คือ นวดแผนไทย ร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ นวดกดจุดฝ่าเท้า ร้อยละ 40.0 นวดประคบสมุนไพร ร้อยละ 29.7 นวดอโรมา (นวดน้ำมันหอมระเหยสมุนไพร) ร้อยละ 29.7 นวดน้ำมันกดเส้นลึก ร้อยละ 19.7 ขัดผิวหน้าผิวกายด้วยสมุนไพร ร้อยละ 9.0 นวดล้านนาเอ็กโซติก ร้อยละ 7.3 กำจัดขน ร้อยละ 7.3อบไอน้ำสมุนไพร ร้อยละ 6.7 ทรีทเมนท์หน้าใส ร้อยละ 5.3 นวดสวนดอก ร้อยละ 5.0 แช่น้ำสมุนไพร ร้อยละ 5.0 พอกตัว ร้อยละ 4.7 แช่น้ำในอ่างน้ำวน (อ่างจากุซซี่) ร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อการใช้บริการสปาในแต่ละครั้งต่อ 1 ท่าน

ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อการใช้บริการสปาในแต่ละครั้งต่อ 1 ท่าน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	118	39.3
1,000-1,500 บาท	107	35.7
1,501-2,000 บาท	43	14.3
2,001 บาทขึ้นไป	32	10.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อการใช้บริการสปาในแต่ละครั้งต่อ 1 ท่านคือ น้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 1,000-1,500 บาท ร้อยละ 35.7 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 14.3 และ 2,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.7

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกที่พักที่มีบริการสปา

การเลือกที่พักที่มีบริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
เลือกที่พักที่มีบริการสปา	103	34.3
ไม่เลือกที่พักที่มีบริการสปา	197	65.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้เลือกที่พักที่มีบริการสปาร้อยละ 65.7 และเลือกที่พักที่มีบริการสปาร้อยละ 34.3

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการสปาในที่พัก

การใช้บริการสปาในที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	135	45.0
ไม่ใช่	165	55.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการสปาในที่พัก ร้อยละ 55.0 และใช้บริการสปาในที่พัก ร้อยละ 45.0

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสปาในที่พัก

เหตุผลที่ใช้บริการสปาในที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
การบริการมีมาตรฐานและมีบริการให้เลือกหลากหลาย	34	25.2
มีภาพลักษณ์ดีกว่าบริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก	37	27.4
มีราคาถูกกว่าและคุณภาพใกล้เคียงกับบริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่ที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก	8	5.9
สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี มีความสะดวกในการเดินทาง	0	0.0
มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	8	5.9
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	24	17.8
ขั้นตอนในการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	24	17.8
สถานบริการมีการตกแต่งสวยงามและมีบรรยากาศดี	0	0.0
รวม	135	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลที่ใช้บริการสปาในที่พักคือ มีภาพลักษณ์ดีกว่าบริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก ร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ การบริการมีมาตรฐานและมีบริการให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 25.2 พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ และขั้นตอนในการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว เท่ากัน ร้อยละ 17.8 และมีราคาถูกกว่าและคุณภาพใกล้เคียงกับบริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่ที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก และมีการจัด โปรโมชั่นที่น่าสนใจ เท่ากัน ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก

เหตุผลที่ใช้บริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
การบริการมีมาตรฐานและมีบริการให้เลือกหลากหลาย	7	4.2
มีภาพลักษณ์ดีกว่าบริการสปาที่อยู่ในที่พัก	14	8.5
มีราคาถูกกว่าและคุณภาพใกล้เคียงกับบริการสปาที่อยู่ในที่พัก	30	18.2
สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี มีความสะดวกในการเดินทาง	14	8.5
มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	39	23.6
พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	39	23.6
สถานบริการมีการตกแต่งสวยงามและมีบรรยากาศดี	22	13.3
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เหตุผลที่ใช้บริการสปาที่ไม่ได้อยู่ในที่พัก คือ มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และพนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ เท่ากัน ร้อยละ 23.6 รองลงมาคือ มีราคาถูกกว่าและคุณภาพใกล้เคียงกับบริการสปาที่อยู่ในที่พัก ร้อยละ 18.2 สถานบริการมีการตกแต่งสวยงามและมีบรรยากาศดี ร้อยละ 13.3 มีภาพลักษณ์ดีกว่าบริการสปาที่อยู่ในที่พัก และสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี มีความสะดวกในการเดินทาง เท่ากัน ร้อยละ 8.5 และการบริการมีมาตรฐานและมีบริการให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักบริการสปาที่ใช้บริการ

แหล่งที่ทำให้รู้จักบริการสปาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือ นิตยสาร ใบปลิว เป็นต้น	161	53.7
แหล่งบุคคล เช่นญาติพี่น้อง เพื่อน คนรู้จัก เป็นต้น	146	48.7
อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สังกมออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น	164	54.7
หน่วยงานราชการต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งที่ทำให้รู้จักบริการสปาที่ใช้บริการ คือ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ สังกมออนไลน์ต่างๆ เป็นต้น ร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือ นิตยสาร ใบปลิว เป็นต้น ร้อยละ 53.7 และแหล่งบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อน คนรู้จัก เป็นต้น ร้อยละ 48.7

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีบริการสปาให้เลือกหลายประเภท เช่น นวดแผนไทย อบไอน้ำสมุนไพร เป็นต้น	88 (29.3)	131 (43.7)	81 (27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	4
มีบริการสปาหลายแพ็คเกจให้เลือก เช่น พอกตัวด้วยสมุนไพรร่วมกับนวดอโรมาหรืออบไอน้ำสมุนไพรร่วมกับ ขัดผิวด้วยเกลือ เป็นต้น	48 (16.0)	187 (62.3)	58 (19.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	5
มีการบอกประโยชน์ของกรบริการสปาแต่ละประเภท	48 (16.0)	138 (46.0)	100 (33.3)	14 (4.7)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	8
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ	123 (41.0)	127 (42.3)	36 (12.0)	14 (4.7)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	2
เครื่องมือและอุปกรณ์ประเภทอบไอน้ำและอบความร้อนมีเครื่องมือวัดอุณหภูมิและเครื่องตัดไฟอัตโนมัติกำกับอยู่ด้วย	72 (24.0)	113 (37.7)	115 (38.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	6
ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม เป็นต้น	154 (51.3)	109 (36.3)	30 (10.0)	7 (2.3)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	1
ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี	87 (29.0)	155 (51.7)	51 (17.0)	7 (2.3)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	3

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ใช้น้ำมันหอมระเหยจาก ธรรมชาติ100%	64 (21.3)	107 (35.7)	122 (40.7)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	7
มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือก หลายกลิ่น เช่น กลิ่นส้ม กลิ่น กุหลาบ กลิ่นมะลิ กลิ่นลาเวน เดอร์ เป็นต้น	40 (13.3)	103 (34.3)	157 (52.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	10
มีเครื่องดืมเพื่อสุขภาพจัดไว้ บริการหลังการบริการลูกค้า	40 (13.3)	130 (43.3)	124 (41.3)	6 (2.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.37) เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีบริการสปาให้เลือกหลายประเภท เช่น นวดแผนไทย อบไอน้ำสมุนไพร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีบริการสปาหลายแพ็คเกจให้เลือก เช่น พอกตัวด้วยสมุนไพรร่วมกับนวดอโรมา หรืออบไอน้ำสมุนไพรร่วมกับ ขัดผิวด้วยเกลือ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) เครื่องมือและอุปกรณ์ประเภทอบไอน้ำและอบความร้อนมีเครื่องมือวัดอุณหภูมิและเครื่องตัดไฟอัตโนมัติกำกับอยู่ด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ใช้น้ำมันหอมระเหยจาก ธรรมชาติ 100% (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการบอกประโยชน์ของการบริการสปาแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีเครื่องดืมเพื่อสุขภาพจัดไว้บริการหลังการบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น เช่น กลิ่นส้ม กลิ่นกุหลาบ กลิ่นมะลิ กลิ่นลาเวนเดอร์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อัตราค่าบริการสปาแต่ละ ประเภทและแพ็คเกจ มีการ กำหนดไว้ชัดเจน	63 (21.0)	214 (71.3)	16 (5.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	2
อัตราค่าบริการสปาแต่ละ ประเภทและแพ็คเกจ มีความ เหมาะสม	71 (23.7)	193 (64.3)	36 (12.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	1
มีบริการให้เลือกหลายระดับ ราคา	24 (8.0)	169 (56.3)	100 (33.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	4
สามารถชำระค่าบริการด้วย บัตรเครดิตได้	32 (10.7)	162 (54.0)	106 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือก
บริการสปา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก
เรียงลำดับคืออัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.12) อัตรา
ค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) สามารถชำระ
ค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีบริการให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.70)
ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	61 (20.3)	196 (65.3)	29 (9.7)	14 (4.7)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	1
เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ใช้บริการ	46 (15.3)	197 (65.7)	57 (19.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	2
มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	46 (15.3)	167 (55.7)	73 (24.3)	14 (4.7)	0 (0.0)	3.82 (มาก)	3
สามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์	8 (2.7)	176 (58.7)	109 (36.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 4.17 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.01) เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับ ประโยชน์ของสปาและบริการ แต่ละประเภท	31 (10.3)	158 (52.7)	111 (37.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	2
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	23 (7.7)	93 (31.0)	184 (61.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)	4
มีการจัดทำรายการส่งเสริม การขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี	48 (16.0)	152 (50.7)	81 (27.0)	19 (6.3)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	1
มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ต่างๆ	16 (5.3)	138 (46.0)	140 (46.7)	6 (2.0)	0 (0.0)	3.55 (มาก)	3
มีการให้ส่วนลดโดยการ สะสมคะแนน	16 (5.3)	118 (39.3)	154 (51.3)	12 (4.0)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.59 (มาก)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือมีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และให้ระดับที่มีผลในระดับปานกลางได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และมีการให้ส่วนลดโดยการสะสมคะแนน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	62 (20.7)	193 (64.3)	45 (15.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	3
พนักงานมีความรู้ความ ชำนาญเกี่ยวกับสปลา	118 (39.3)	136 (45.3)	46 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	1
พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อ ควรระวังและข้อห้ามในการ นวดเพื่อสุขภาพ	106 (35.3)	148 (49.3)	46 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	2
พนักงานมีการแต่งกาย เรียบร้อยเหมาะสม	74 (24.7)	152 (50.7)	74 (24.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	4
มีพนักงานเพียงพอต่อการ ให้บริการ	62 (20.7)	157 (52.3)	81 (27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.09 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปลา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมาก เรียงลำดับคือพนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปลา (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.20) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานมีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติก่อน การให้บริการ	32 (10.7)	199 (66.3)	69 (23.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	4
ขั้นตอนการให้บริการสะดวก และรวดเร็ว	92 (30.7)	155 (51.7)	53 (17.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	3
ระยะเวลาในการรอรับบริการ แต่ละขั้นตอนมีความ เหมาะสม	108 (36.0)	133 (44.3)	59 (19.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	2
ผู้รับบริการสามารถเลือกกลิ่น น้ำมันหอมระเหยในการใช้ บริการได้	56 (18.7)	116 (38.7)	121 (40.3)	7 (2.3)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	5
ขั้นตอนในการให้บริการมี ความปลอดภัย	249 (83.0)	43 (14.3)	8 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.80 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.14 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดคือขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.80) และให้ระดับที่มีผลในระดับมากเรียงลำดับคือ ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.16) ขั้นตอนการให้บริการสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และผู้รับบริการสามารถเลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยในการใช้บริการได้ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับที่มีผล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานบริการมีใบรับรองการ เป็นผู้ประกอบการตาม มาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	92 (30.7)	177 (59.0)	31 (10.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	5
สถานบริการมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม	143 (47.7)	128 (42.7)	29 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	4
มีเสียงดนตรีเสริมสร้าง บรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้ บริการรู้สึกผ่อนคลาย	148 (49.3)	131 (43.7)	21 (7.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	3
ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้า มีความเป็นส่วนตัว	172 (57.3)	120 (40.0)	8 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)	1
ความสะอาดของสถานที่ที่ ให้บริการสปา	157 (52.3)	135 (45.0)	8 (2.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.41 (มาก)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) ในปัจจัยย่อยให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดคือห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.55) ความสะอาดของสถานที่ที่ให้บริการสปา (ค่าเฉลี่ย 4.50) และให้ระดับที่มีผลในระดับมากที่สุดคือ มีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) สถานบริการมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.38) และสถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับที่มีผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.92	มาก	4
ด้านราคา	3.92	มาก	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	มาก	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	มาก	6
ด้านบุคคล	4.09	มาก	3
ด้านกระบวนการ	4.14	มาก	2
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.41	มาก	1

จากตารางที่ 4.22 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปาทุกปัจจัยในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.09) ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.59)

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการสปาให้เลือกหลายประเภท เช่น นวดแผนไทย อบไอน้ำสมุนไพร เป็นต้น	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)
มีบริการสปาหลายแพ็คเกจให้เลือก เช่น พอกตัวด้วย สมุนไพรรวมกับนวดอโรมา หรือนวดสมุนไพร รวมกับ ชัดผิวด้วยเกลือ เป็นต้น	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)
มีการบอกประโยชน์ของการบริการสปาแต่ละประเภท	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาด สะอาดหลังการให้บริการ	4.23 (มาก)	4.18 (มาก)	4.20 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์ประเภทอบไอน้ำและอบความร้อน มีเครื่องมือวัดอุณหภูมิและเครื่องตัดไฟอัตโนมัติ กำกับอยู่ด้วย	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปู เตียง เสื้อคลุม เป็นต้น	4.27 (มาก)	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)
ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี	3.98 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)
ใช้น้ำมันหอมระเหยจาก ธรรมชาติ100%	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)
มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น เช่น กลิ่นส้ม กลิ่นกุหลาบ กลิ่นมะลิ กลิ่นลาเวนเดอร์ เป็นต้น	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
มีเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจัดไว้บริการหลังการบริการ ลูกค้า	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.23 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีบริการสปาให้เลือกหลายประเภท เช่น นวดแผนไทย อบไอน้ำสมุนไพร เป็นต้น ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)
อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)
มีบริการให้เลือกหลายระดับราคา	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)
สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.24 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.11) และสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	4.01 (มาก)	4.01 (มาก)	4.01 (มาก)
เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ไปใช้บริการ	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.85 (มาก)	3.80 (มาก)	3.82 (มาก)
สามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 4.25 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจุบันย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท	3.66 (มาก)	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.49 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ชื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)
มีการให้ส่วนลดโดยการสะสมคะแนน	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 4.26 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ชื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพ้คเกจแถม 1 แพ้คเกจฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.11 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา	4.12 (มาก)	4.30 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ	4.11 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานมีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)
มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.08 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)

จากตารางที่ 4.27 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และพนักงานมีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.24) และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติก่อนการให้บริการ	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
ขั้นตอนการใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)
ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)
ผู้รับบริการสามารถเลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยในการใช้บริการได้	3.86 (มาก)	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)
ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย	4.82 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.19 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)

จากตารางที่ 4.28 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมา ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.24) และขั้นตอนการใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมา ขั้นตอนการใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว

ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีการแจ้งข้อควรปฏิบัติก่อนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=97	n=203	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	4.20 (มาก)
สถานบริการมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม	4.44 (มาก)	4.35 (มาก)	4.38 (มาก)
มีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย	4.56 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)
ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว	4.61 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ความสะอาดของสถานที่ให้บริการสปา	4.55 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.61) รองลงมา มีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 4.56) และความสะอาดของสถานที่ให้บริการสปา (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา ความสะอาดของสถานที่ที่

ให้บริการสปา (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 4.36)

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริการสปาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการสปาให้เลือกหลายประเภท เช่น นวดแผนไทย อบไอน้ำสมุนไพร เป็นต้น	3.95 (มาก)	4.13 (มาก)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)
มีบริการสปาหลายแพ็คเกจให้เลือก เช่น พอกตัวด้วยสมุนไพรร่วมกับนวดอโรมา หรืออบไอน้ำสมุนไพรร่วมกับขัดผิวด้วยเกลือ เป็นต้น	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)
มีการบอกประโยชน์ของการบริการสปาแต่ละประเภท	3.66 (มาก)	3.83 (มาก)	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ	4.14 (มาก)	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)
เครื่องมือและอุปกรณ์ประเภทอบไอน้ำและอบความร้อนมีเครื่องมือวัดอุณหภูมิและเครื่องตัดไฟอัตโนมัติกำกับอยู่ด้วย	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม เป็นต้น	4.37 (มาก)	4.41 (มาก)	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)

ตารางที่ 4.30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000- 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)
ใช้น้ำมันหอมระเหยจากธรรมชาติ100%	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น เช่น กลิ่นส้ม กลิ่นกุหลาบ กลิ่นมะลิ กลิ่นลาเวน เดอร์ เป็นต้น	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)	3.61 (มาก)
มีเครื่องคิดเพื่อสุขภาพจัดไว้บริการหลังการ บริการลูกค้า	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.30 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ระดับ
ที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่
มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง
เสื่อคลุม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาด
หลังการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ย
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื่อคลุม เป็นต้น
(ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ
(ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีบริการสปาให้เลือกหลายประเภท เช่น นวดแผนไทย อบไอน้ำสมุนไพร เป็นต้น
(ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ประเภทผ้า เช่น ผ้าขนหนู ผ้าปูเตียง เสื้อคลุม เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ปลอดภัย มีการทำความสะอาดหลังการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และใช้สมุนไพรที่มีคุณภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน	4.07 (มาก)	4.18 (มาก)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)
อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.05 (มาก)	4.12 (มาก)
มีบริการให้เลือกหลายระดับราคา	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 4.31 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และสามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน

(ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.17) และมีบริการให้เลือกหลายระดับราคา สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีการกำหนดไว้ชัดเจน อัตราค่าบริการสปาแต่ละประเภทและแพ็คเกจ มีความเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีบริการให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปา สะดวกกับผู้ไปใช้บริการ	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)
สามารถติดต่อจองเวลาทางโทรศัพท์	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 4.32 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่

มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา เวลาในการเปิดและปิดสถานบริการสปาสะดวกกับผู้ไปใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และมีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพคเกจแถม 1 แพคเกจฟรี	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)
มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
มีการให้ส่วนลดโดยการสะสมคะแนน	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.59 (มาก)	3.66 (มาก)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 4.33 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วง รายได้ให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อบริการสปา 2 แพ็คเกจแถม 1 แพ็คเกจฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับประโยชน์ของสปาและบริการแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.02 (มาก)	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา	4.20 (มาก)	4.35 (มาก)	4.13 (มาก)	4.24 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ	4.15 (มาก)	4.31 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานมีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000- 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	4.05 (มาก)	4.09 (มาก)

จากตารางที่ 4.34 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ระดับที่มี
ผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่
มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา (ค่าเฉลี่ย 4.20)
รองลงมา พนักงานมีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15)
และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ย
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา พนักงาน
มีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และพนักงานมีมนุษย
สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ย
สูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสปา (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา พนักงาน
มีความรู้ในเรื่องข้อควรระวังและข้อห้ามในการนวดเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพนักงานมีมนุษย
สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000- 30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาท ขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติก่อนการให้บริการ	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)
ขั้นตอนการใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว	4.11 (มาก)	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)
ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอน มีความเหมาะสม	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)
ผู้รับบริการสามารถเลือกกลิ่นน้ำมันหอม ระเหยในการใช้บริการได้	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)
ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย	4.78 (มากที่สุด)	4.84 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.12 (มาก)	4.18 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)

จากตารางที่ 4.35 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้
 ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่
 มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.78)
 รองลงมา ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.12) และขั้นตอน
 การใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ย
 สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.84) รองลงมา ระยะเวลา
 ในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.22) และขั้นตอนการใช้บริการสะดวก
 และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ขั้นตอนในการให้บริการมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.77) รองลงมา ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.12) และขั้นตอนการใช้บริการสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	10,000-30,000 บาท	30,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=97	n=121	n=82	N=300
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
สถานบริการมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)
มีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย	4.49 (มาก)	4.39 (มาก)	4.39 (มาก)	4.42 (มาก)
ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว	4.56 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
ความสะอาดของสถานที่ให้บริการสปา	4.49 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.42 (มาก)	4.42 (มาก)	4.38 (มาก)	4.41 (มาก)

จากตารางที่ 4.36 พบว่าปัจจัยด้านสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ระดับที่มีผลในการเลือกบริการสปา โดยรวมในระดับมาก

ในปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา มีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ความสะอาด

ของสถานที่ให้บริการสปา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.49) และสถานบริการมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา ความสะอาดของสถานที่ให้บริการสปา (ค่าเฉลี่ย 4.50) และสถานบริการมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ห้องบริการสปาสำหรับลูกค้ามีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมา ความสะอาดของสถานที่ให้บริการสปา (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีเสียงดนตรีเสริมสร้างบรรยากาศให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย 4.39)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved