

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 รายซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งได้ 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ หลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของการบริการที่เคยใช้ การเป็นสมาชิก ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง วิธีการนัดที่ชอบ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง ผู้ที่กลุ่มตัวอย่างไปด้วย และลักษณะการใช้บริการ (ตารางที่ 1-31)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจสปา ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ตารางที่ 32-60)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของบริการสปา ประกอบด้วยปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ตารางที่ 61-82)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการสปา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

กลุ่มผู้ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ชาวไทย	81	49.0
ชาวต่างประเทศ	84	51.0
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หรือร้อยละ 51.0 เป็นชาวต่างประเทศ และเป็นชาวไทยร้อยละ 49.0 การศึกษานี้ได้เก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการสปาที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ กลุ่มละเท่า ๆ กัน เนื่องจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้บริการจะเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศในจำนวนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	82	49.7
หญิง	83	50.3
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 50.3 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 49.7 เป็นเพศชาย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเชื้อชาติ

เชื้อชาติ	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	81	49.0
ญี่ปุ่น	10	6.1
อเมริกัน	47	28.5
อังกฤษ	17	10.3
ยุโรป	10	6.1
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาวไทย 81 คน จำนวนมากที่สุดหรือ คิดเป็น ร้อยละ 49.0 รองลงมาเป็นชาวอเมริกัน ร้อยละ 28.5 ชาวอังกฤษ ร้อยละ 10.3 ชาวญี่ปุ่นและชาวยุโรป มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 6.1

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	43	53.1
หญิง	38	46.9
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 53.1 เป็นเพศชาย และเป็นเพศหญิงร้อยละ 46.9

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	5	6.2
21 - 30 ปี	48	59.2
31 - 40 ปี	14	17.3
41 - 50 ปี	12	14.8
มากกว่า 50 ปี	2	2.5
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 59.2 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 17.3 และ 14.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีร้อยละ 6.2 และอายุมากกว่า 50 ปี มีเพียงร้อยละ 2.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	24	29.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	14.8
พนักงานบริษัทเอกชน	31	38.4
เจ้าของกิจการ	4	4.9
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	1	1.2
อื่น ๆ	9	11.1
รวม	81	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ นักศึกษา มัคคุเทศก์ มิชชันนารี

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดหรือร้อยละ 38.4 รองลงมา คือรับราชการ ร้อยละ 29.6 พนักงานของรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.8 เป็นนักศึกษา มัคคุเทศก์ และมิชชันนารี ร้อยละ 11.1 เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 4.9 และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ แม่บ้านหรือพ่อบ้าน มีเพียงร้อยละ 1.2

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	38	46.9
20,001 – 30,000 บาท	34	42.0
30,001 – 40,000 บาท	4	4.9
40,001 – 50,000 บาท	3	3.7
50,001 บาทขึ้นไป	2	2.5
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มากที่สุด หรือร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 42.0 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 4.9 มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 3.7 และมีรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดหรือร้อยละ 2.5

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ที่มาใช้บริการสปาแบบต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

บริการ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นวด / บำรุงรักษาหน้า	7	16.3	15	39.5
นวด / บำรุงรักษาตัว	10	23.3	7	18.4
ขัดผิวกาย	3	7.0	7	18.4
นวดเท้า	29	67.4	11	28.9
อบไอน้ำ	2	4.7	11	28.9
นวดตัวในอ่างน้ำ	9	20.9	3	7.9
อื่น ๆ	-	-	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคำนวณร้อยละโดยใช้ nชาย=43

nหญิง=38

จากตารางที่ 8 พบว่าในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย เพศชายใช้บริการนวดเท้ามากที่สุด หรือร้อยละ 67.4 รองลงมาคือ นวด / บำรุงรักษาตัว ร้อยละ 23.3 นวดตัวในอ่างน้ำ ร้อยละ 20.9 และใช้บริการอบไอน้ำน้อยที่สุดหรือร้อยละ 4.7 และเพศหญิงใช้บริการนวด / บำรุงรักษาหน้ามากที่สุดหรือร้อยละ 39.5 รองลงมาคือนวดเท้าและอบไอน้ำมีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 28.9 และใช้บริการนวดตัวในอ่างน้ำน้อยที่สุดหรือร้อยละ 7.9

All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามการเป็นสมาชิก
ของสถานบริการสปา

สถานภาพการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	78	96.3
ไม่เป็นสมาชิก	3	3.7
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยร้อยละ 96.3 เป็นสมาชิกของสถาน
บริการ สปา และร้อยละ 3.7 ไม่เป็นสมาชิกของสถานบริการสปา

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามความถี่
ในการใช้บริการในระยะเวลา 1 เดือน

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง / เดือน	66	81.5
3 – 4 ครั้ง / เดือน	11	13.6
มากกว่า 4 ครั้ง / เดือน	4	4.9
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 81.5 ใช้บริการ
สปา 1 – 2 ครั้ง / เดือน รองลงมาคือ ใช้บริการสปา 3 – 4 ครั้ง / เดือน ร้อยละ 13.6 และผู้ที่ใช้
บริการมากกว่า 4 ครั้ง / เดือนมีเพียงร้อยละ 4.9

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามระยะเวลา
ในการใช้บริการสปาแต่ละครั้ง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	49	60.5
ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	26	32.1
2 ชั่วโมง ขึ้นไป	6	7.4
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 60.5 มีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งไม่เกิน 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ ใช้บริการสปาไม่เกิน 2 ชั่วโมง ร้อยละ 32.1 และใช้บริการสปา 2 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 7.4

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามวิธีการนวด
ที่ชอบใช้บริการจากสปา

วิธีการนวดที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
นวดแบบไทย	68	84.0
นวดแบบสวีดิช	8	9.9
นวดแบบอินเดีย	5	6.1
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ชอบวิธีการนวดแบบไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาคือการนวดแบบสวีดิช ร้อยละ 9.9 และวิธีการนวดแบบอินเดียเป็นวิธีการนวดที่ชาวไทยใช้บริการน้อยที่สุดหรือร้อยละ 6.1

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามช่วงเวลาที่ขอใช้บริการสปา

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
10.00 – 13.00 น.	20	24.7
13.00 – 16.00 น.	20	24.7
16.00 – 20.00 น.	41	50.6
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยขอใช้บริการในช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. มากที่สุดหรือร้อยละ 50.6 รองลงมาคือเวลา 10.00 – 13.00 น. และช่วงเวลา 13.00 – 16.00 น. ในจำนวนที่เท่ากันหรือร้อยละ 24.7

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามวันที่ขอใช้บริการสปา

วัน	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	16	19.8
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	49	60.4
วันหยุดหรือวันนักขัตฤกษ์	16	19.8
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยใช้บริการสปาในวันเสาร์-อาทิตย์ มากที่สุดหรือร้อยละ 60.4 รองลงมาคือใช้บริการในวันธรรมดาและวันหยุดหรือวันนักขัตฤกษ์ ในจำนวนที่เท่ากันหรือร้อยละ 19.8

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามค่าใช้จ่าย
แต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1,000 – 1,500 บาท	55	67.9
1,501 – 2,500 บาท	20	24.7
2,501 บาท ขึ้นไป	6	7.4
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 67.9 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาแต่ละครั้ง เป็นเงิน 1,000 – 1,500 บาท รองลงมาคือ ใช้ค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 24.7 และค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 2,501 บาท ขึ้นไปเป็นค่าใช้จ่ายที่มีการใช้น้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 7.4

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามผู้ที่ไปใช้บริการ
ด้วยกัน

ผู้ที่ไปใช้บริการด้วยกัน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	52	64.2
สามี / ภรรยา	17	21.0
ไปคนเดียว	10	12.3
อื่น ๆ	2	2.5
รวม	81	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ไปกับลูกค้า หรือครอบครัว

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 64.2 ไปใช้บริการสปาไปกับเพื่อน รองลงมาคือไปใช้บริการกับสามีหรือภรรยา ร้อยละ 21.0 ไปคนเดียว ร้อยละ 12.3 และอื่น ๆ ได้แก่ ไปกับลูกค้า หรือครอบครัว มีจำนวนน้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 2.5 เท่านั้น

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย จำแนกตามลักษณะ
การใช้บริการ

ลักษณะการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ	14	17.2
เคยใช้บริการสปาแห่งนี้เป็นครั้งแรกหรือ เคยใช้เพียงครั้งเดียว	22	27.2
ไม่มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ จะลองเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ	45	55.6
รวม	81	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยไม่มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ
จะลองเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ มากที่สุดหรือร้อยละ 55.6 รองลงมาเคยใช้บริการสปาแห่งนี้เป็นครั้งแรก
หรือเคยใช้เพียงครั้งเดียว ร้อยละ 27.2 และมีเพียงร้อยละ 17.2 ที่มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	39	46.4
หญิง	45	53.6
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศส่วนใหญ่หรือร้อยละ 53.6 เป็น
เพศหญิงและร้อยละ 46.4 เป็นเพศชาย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	12	14.3
20 - 30 ปี	22	26.2
31 - 40 ปี	20	23.8
41 - 50 ปี	23	27.4
มากกว่า 50 ปี	7	8.3
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศร้อยละ 27.4 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 26.2 และ 23.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีร้อยละ 14.3 และอายุมากกว่า 50 ปี มีเพียง ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	15	17.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	58.3
พนักงานบริษัทเอกชน	19	22.6
เจ้าของกิจการ	-	-
แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ผู้เกษียณอายุ	1	1.2
อื่น ๆ	-	-
รวม	84	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ นักศึกษา มัคคุเทศก์ มิชชันนารี

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวนมากที่สุดหรือร้อยละ 58.3 รองลงมา คือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 22.6 รับราชการ ร้อยละ 17.9 และที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ แม่บ้าน / พ่อบ้าน / ผู้เกษียณอายุ มีเพียงร้อยละ 1.2

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	-	0.0
20,001 – 30,000 บาท	15	17.9
30,001 – 40,000 บาท	35	41.7
40,001 – 50,000 บาท	13	15.5
50,001 บาทขึ้นไป	21	25.0
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท มากที่สุดหรือร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ มีรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 25.0 มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 – 30,000 บาท หรือร้อยละ 17.9 และมีรายได้ตั้งแต่ 40,001 -50,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดหรือร้อยละ 15.5

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ สปา แบบต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

บริการ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นวด / บำรุงรักษาหน้า	4	10.3	34	75.6
นวด / บำรุงรักษาตัว	6	15.4	20	44.4
ขัดผิวกาย	8	20.5	18	40.0
นวดเท้า	20	51.3	25	55.6
อบไอน้ำ	17	43.6	15	33.3
นวดตัวในอ่างน้ำ	11	28.2	5	11.1
อื่น ๆ	-	-	-	-

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อและคำนวณร้อยละโดยใช้ nชาย=39

nหญิง=45

จากตารางที่ 22 พบว่าในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ เพศชายใช้บริการนวดเท้ามากที่สุด หรือร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ อบไอน้ำหรือร้อยละ 43.6 และนวดตัวในอ่างน้ำหรือร้อยละ 28.2 และเพศหญิงใช้บริการนวด / บำรุงรักษาหน้ามากที่สุดหรือร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ อบไอน้ำหรือร้อยละ 55.6 และนวด / บำรุงรักษาตัวหรือร้อยละ 44.4 และเพศชายใช้บริการนวด / บำรุงรักษาหน้าน้อยที่สุดหรือร้อยละ 10.3 และเพศหญิงใช้บริการนวดตัวในอ่างน้ำน้อยที่สุดหรือร้อยละ 11.1

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามการเป็นสมาชิกของสถานบริการสปา

สถานภาพการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	-	-
ไม่เป็นสมาชิก	84	100.0
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศทุกคนไม่ได้เป็นสมาชิกของธุรกิจสปาใด ๆ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการในระยะเวลา 1 เดือน

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง / เดือน	59	70.3
3 – 4 ครั้ง / เดือน	19	22.6
มากกว่า 4 ครั้ง / เดือน	6	7.1
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.3 ใช้บริการสปา 1 – 2 ครั้ง / เดือน รองลงมาคือ ใช้บริการสปา 3 – 4 ครั้ง / เดือน ร้อยละ 22.6 และผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง / เดือน ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการสปาแต่ละครั้ง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	39	46.4
ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	35	41.7
2 ชั่วโมง ขึ้นไป	10	11.9
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศร้อยละ 46.4 มีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งไม่เกิน 1 ชั่วโมง รองลงมาคือใช้บริการสปาไม่เกิน 2 ชั่วโมง ร้อยละ 41.7 และใช้บริการสปา 2 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 11.9

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามวิธีการนวดที่ท่านชอบใช้บริการจากสปา

วิธีการนวดที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
นวดแบบไทย	50	59.5
นวดแบบสวีดิช	24	28.6
นวดแบบอินเดีย	10	11.9
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ ชอบวิธีการนวดแบบไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือการนวดแบบสวีดิช ร้อยละ 28.6 และวิธีการนวดแบบอินเดียเป็นวิธีการนวดที่ชาวต่างประเทศใช้บริการน้อยที่สุดหรือร้อยละ 11.9

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามช่วงเวลา
ที่ขอใช้บริการสปา

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
10.00 – 13.00 น.	47	56.0
13.00 – 16.00 น.	26	31.0
16.00 – 20.00 น.	11	13.0
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศขอใช้บริการในช่วงเวลา 10.00 – 13.00 น. มากที่สุดหรือร้อยละ 56.0 รองลงมาคือเวลา 13.00 – 16.00 น. ร้อยละ 31.0 และน้อยที่สุดหรือร้อยละ 13.0 คือช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น.

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามวันที่ขอ
ใช้บริการสปา

วัน	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	55	65.4
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	24	28.6
วันหยุดหรือวันนักขัตฤกษ์	5	6.0
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศใช้บริการสปาในวันธรรมดามากที่สุดหรือร้อยละ 65.4 รองลงมาคือใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 28.6 และวันหยุดหรือวันนักขัตฤกษ์เป็นวันที่มีผู้ใช้บริการน้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 6.0

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามค่าใช้จ่าย
แต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1,000 – 1,500 บาท	52	61.9
1,501 – 2,500 บาท	26	31.0
2,501 บาท ขึ้นไป	6	7.1
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศส่วนใหญ่หรือร้อยละ 61.9 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาแต่ละครั้ง เป็นเงิน 1,000 – 1,500 บาท รองลงมาคือใช้ค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,501 – 2,500 บาท ร้อยละ 31.0 และค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 2,501 บาท ขึ้นไปเป็นค่าใช้จ่ายที่มีการใช้น้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 7.1

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามผู้ที่ไปใช้
บริการด้วยกัน

ผู้ที่กลุ่มตัวอย่างไปด้วย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	60	71.4
สามี / ภรรยา	14	16.7
ไปคนเดียว	10	11.9
อื่น ๆ	-	-
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศส่วนใหญ่หรือร้อยละ 71.4 ไปใช้บริการสปากับเพื่อน รองลงมาคือไปใช้บริการกับสามีหรือภรรยา ร้อยละ 16.7 ไปคนเดียว มีจำนวนน้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 11.9 เท่านั้น

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ จำแนกตามลักษณะการใช้บริการ

ลักษณะการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ	22	26.2
เคยใช้บริการสปาแห่งนี้เป็นครั้งแรกหรือเคยใช้เพียงครั้งเดียว	41	48.8
ไม่มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ จะลองเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ	21	25.0
รวม	84	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศเคยใช้บริการสปาแห่งนี้เป็นครั้งแรกหรือเคยใช้เพียงครั้งเดียว มากที่สุดหรือร้อยละ 48.8 รองลงมาคือมีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำ ร้อยละ 26.2 และมีเพียงร้อยละ 25.0 หรือน้อยที่สุดไม่มีสถานบริการสปาที่ใช้เป็นประจำจะลองเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจสปา
 ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
 จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. มีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย	105 63.60	33 20.00	25 15.20	2 1.20	0 0.00	4.46	มาก	1
2. มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก	60 36.40	67 40.60	33 20.00	4 2.40	1 0.60	4.10	มาก	2
3. มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น	63 38.20	56 33.90	41 24.80	4 2.40	1 0.60	4.07	มาก	3
4. มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลายแบบ เช่น แบบไทย, แบบสวีดิช, แบบอินเดีย	58 35.20	59 35.80	41 24.80	6 3.60	1 0.60	4.01	มาก	6
5. น้ำมันหอมระเหย มีตราสัญลักษณ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม	59 35.80	60 36.40	38 23.00	8 4.80	0 0.00	4.03	มาก	5
6. น้ำมันหอมระเหย ผลิตจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน	56 33.90	63 38.20	37 22.40	9 5.50	0 0.00	4.01	มาก	6
7. บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม	64 38.80	60 36.40	32 19.40	7 4.20	2 1.20	4.07	มาก	3
8. มีดนตรีบรรเลงในห้องนวดเพื่อการบำบัด	57 34.50	61 37.00	36 21.80	9 5.50	2 1.20	3.98	มาก	10
9. มีบริการพิเศษขณะรอ เช่น หนังสือ	53 32.10	67 40.60	37 22.40	6 3.60	2 1.20	3.99	มาก	8
10. ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้	60 36.40	60 36.40	30 18.20	13 7.90	2 1.20	3.99	มาก	8
11. ชื่อเสียงของสถานบริการ	58 35.20	53 32.10	36 21.80	15 9.10	1 0.60	3.90	มาก	11
						รวม 3.78	มาก	

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก คือ 3.78 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีน้ำมันหอมระเหย ให้เลือกหลายกลิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.07) บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม (ค่าเฉลี่ย 4.07) น้ำมันหอมระเหย มีตราสัญลักษณ์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลายแบบ เช่น แบบไทย แบบสวีดิช แบบอินเดีย (ค่าเฉลี่ย 4.01) น้ำมันหอมระเหย ผลิตจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีบริการพิเศษขณะรอ เช่น หนังสือ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสะอาดของอุปกรณ์ เครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีดนตรีบรรเลงในห้องนวด เพื่อการบำบัด (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ชื่อเสียงของสถานบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู	76 46.10	38 23.00	36 21.80	9 5.50	6 3.60	4.02	มาก	1
2. ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ	44 26.70	70 42.40	35 21.20	15 9.10	1 0.60	3.85	มาก	3
3. มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน	49 29.70	53 32.10	44 26.70	17 10.30	2 1.20	3.79	มาก	4
4. สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	47 28.50	69 41.80	37 22.40	9 5.50	3 1.80	3.90	มาก	2
						รวม 3.89		มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก คือ 3.89 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00น.	58 35.20	72 43.60	30 18.20	2 1.20	3 1.80	4.09	มาก	1
2. สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์	54 32.70	60 36.40	44 26.70	5 3.00	2 1.20	3.96	มาก	2
3. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง	51 30.90	52 31.50	41 24.80	18 10.90	2 1.20	3.81	มาก	5
4. มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ	53 32.10	51 30.90	41 24.80	18 10.90	2 1.20	3.82	มาก	4
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่	50 30.30	66 40.00	34 20.60	14 8.50	1 0.60	3.91	มาก	3
						รวม 3.92	มาก	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก คือ 3.92 สำหรับปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00–20.00น. (ค่าเฉลี่ย 4.09) สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ	61 37.00	59 35.80	31 18.80	8 4.80	6 3.60	3.98	มาก	1
2. มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์	50 30.30	61 37.00	38 23.00	11 6.70	5 3.00	3.85	มาก	2
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย	48 29.10	57 34.50	43 26.10	13 7.90	4 2.40	3.80	มาก	3
4. มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	55 33.30	53 32.10	38 23.00	16 9.70	3 1.80	3.85	มาก	2
5. มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี	49 29.70	56 33.90	37 22.40	19 11.50	4 2.40	3.77	มาก	4
6. มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล	38 23.00	58 35.20	56 33.90	11 6.70	2 1.20	3.72	มาก	5
						รวม 3.83	มาก	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก คือ 3.83 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. ผู้หมวด บำบัด มีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ	65 39.40	49 29.70	44 26.70	4 2.40	3 1.80	4.02	มาก	1
2. พนักงาน/ผู้หมวด มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	52 31.50	63 38.20	39 23.60	9 5.50	2 1.20	3.93	มาก	2
3. พนักงาน/ผู้หมวด มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	56 33.90	62 37.60	31 18.80	10 6.10	6 3.60	3.92	มาก	3
4. พนักงาน/ผู้หมวด มีความรู้เกี่ยวกับสปลาเป็นอย่างดี	55 33.30	56 33.90	38 23.00	12 7.30	4 2.40	3.88	มาก	4
5. พนักงาน/ผู้หมวด สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้	52 31.50	58 35.20	40 24.20	11 6.70	4 2.40	3.87	มาก	5
6. พนักงาน/ผู้หมวด เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาได้ดี	50 30.30	59 35.80	43 26.10	11 6.70	2 1.20	3.87	มาก	5
						รวม 3.92	มาก	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก คือ 3.92 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ผู้หมวด บำบัด มีประกาศนียบัตร การอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงาน/ผู้หมวด มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงาน/ผู้หมวด มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.92) พนักงาน/ผู้หมวด มีความรู้เกี่ยวกับสปลาเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.88) พนักงาน/ผู้หมวด สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และพนักงาน/ผู้หมวด เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. มีเครื่องคิดไม้ค้อนรับลูกค้า	100 60.60	39 23.60	21 12.70	4 2.40	1 0.60	4.41	มาก	1
2. สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง	70 42.40	66 40.00	25 15.20	4 2.40	0 0.00	4.22	มาก	2
3. ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ	60 36.40	57 34.50	41 24.80	6 3.60	1 0.60	4.02	มาก	3
						รวม 4.22	มาก	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 4.22 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีเครื่องคิดไม้ค้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.41) สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอ	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
1. ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ	70 42.40	53 32.10	33 20.00	7 4.20	2 1.20	4.10	มาก	1
2. การตกแต่งสถานที่เป็นแบบ ธรรมชาติ	59 35.80	68 41.20	32 19.40	3 1.80	3 1.80	4.07	มาก	2
3. การตกแต่งสถานที่ที่มี เอกลักษณ์ เช่น แบบไทย, แบบยุโรป	64 38.80	47 28.50	45 27.30	7 4.20	2 1.20	3.99	มาก	4
4. สถานบริการมีใบรับรอง การเป็นผู้ประกอบการ ตามมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	56 33.90	67 40.60	34 20.60	7 4.20	1 0.60	4.03	มาก	3
						รวม 4.05	มาก	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด
ด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอมีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับมาก คือ 4.05 สำหรับปัจจัยย่อยมี
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.10) การตกแต่งสถานที่
เป็นแบบธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.07) สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐาน
กระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.03) และการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป
(ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำ ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	58 35.2	39 23.6	30 18.2	34 20.6	4 2.4	3.78	มาก	7
2. ด้านราคา	53 32.1	53 32.1	41 24.8	13 7.9	5 3.0	3.89	มาก	5
3. ด้านสถานที่/ช่องทาง การจัดจำหน่าย	41 24.8	59 35.8	49 29.7	12 7.3	4 2.4	3.92	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	70 42.4	43 26.1	32 19.4	12 7.3	8 4.8	3.83	มาก	6
5. ด้านบุคคล	70 42.4	36 21.8	42 25.5	11 6.7	6 3.6	3.92	มาก	3
6. ด้านกระบวนการ	75 45.5	46 27.9	25 15.2	17 10.3	2 1.2	4.22	มาก	1
7. ด้านภาพลักษณ์และการนำ เสนอ	69 41.8	54 32.7	31 18.8	7 4.2	4 2.4	4.05	มาก	2

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด
มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับคือ คือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ
ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย
3.92) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.92) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.83)
และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย	4.44	มาก	1	4.48	มาก	1
2. มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก	3.93	มาก	2	4.27	มาก	3
3. มีน้ำมันหอมระเหย ให้เลือกหลายกลิ่น	3.83	มาก	6	4.30	มาก	2
4. มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลายแบบ เช่น แบบไทย แบบสวีดิช แบบอินเดีย	3.82	มาก	9	4.20	มาก	7
5. น้ำมันหอมระเหย มีตราหือสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม	3.83	มาก	7	4.23	มาก	5
6. น้ำมันหอมระเหย ผลิตจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน	3.79	มาก	10	4.22	มาก	6
7. บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม	3.88	มาก	3	4.27	มาก	3
8. มีดนตรีบรรเลงในห้องนวด เพื่อการบำบัด	3.85	มาก	4	4.11	มาก	10
9. มีบริการพิเศษขณะรอ เช่น หนังสือ	3.85	มาก	5	4.12	มาก	9
10. ความสะอาดของอุปกรณ์ เครื่องใช้	3.83	มาก	8	4.14	มาก	8
11. ชื่อเสียงของสถานบริการ	3.78	มาก	11	4.01	มาก	11

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา คือ มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93) บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นหอม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา คือ มีน้ำมันหอมระเหย ให้เลือกหลายกลิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือกและบรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม (ค่าเฉลี่ย 4.27 เท่ากัน)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู	3.91	มาก	1	4.13	มาก	2
2. ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ	3.70	มาก	2	4.01	มาก	4
3. มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน	3.48	ปานกลาง	4	4.10	มาก	3
4. สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.61	มาก	3	4.18	มาก	1

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับคือ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา คือ ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.61) และในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ตามลำดับคือ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา คือ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการใน สเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) และราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/
ช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น.	3.96	มาก	1	4.22	มาก	2
2. สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์	3.70	มาก	2	4.23	มาก	1
3. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง	3.41	ปานกลาง	5	4.19	มาก	3
4. มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ	3.48	ปานกลาง	4	4.16	มาก	4
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่	3.70	มาก	3	4.12	มาก	5

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา คือ สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ และ มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.70 เท่ากัน) และในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.22) สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ	3.74	มาก	1	4.20	มาก	1
2. มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์	3.60	มาก	4	4.10	มาก	2
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย	3.51	มาก	6	4.08	มาก	3
4. มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.66	มาก	2	4.05	มาก	4
5. มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลา การให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี	3.60	มาก	4	3.94	มาก	5
6. มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล	3.65	มาก	3	3.80	มาก	6

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันย้อมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือ แนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา คือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันย้อมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือ มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล
จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคล	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ผู้นำ มีประกาศนียบัตร การอบรมวิชาชีพ	3.82	มาก	1	4.23	มาก	2
2. พนักงาน/ผู้นำ มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	3.62	มาก	3	4.24	มาก	1
3. พนักงาน/ผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.65	มาก	2	4.19	มาก	3
4. พนักงาน/ผู้นำ มีความรู้เกี่ยวกับสปลา เป็นอย่างดี	3.59	มาก	5	4.18	มาก	4
5. พนักงาน/ผู้นำ สามารถสื่อสารภาษา อังกฤษได้	3.55	มาก	6	4.18	มาก	4
6. พนักงาน/ผู้นำ เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหา ได้ดี	3.60	มาก	4	4.14	มาก	6

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสม
ทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ผู้นำนำบัตร
มีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คือ พนักงาน/ผู้นำ มีมนุษย -
สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.65) และพนักงาน/ผู้นำ มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท (ค่าเฉลี่ย
3.62)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล
ในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ พนักงาน/ผู้นำ มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท
(ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาได้แก่ ผู้นำนำบัตร มีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.23)
และพนักงาน/ผู้นำ มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีเครื่องดื่มไว้ต้อนรับลูกค้า	4.40	มาก	1	4.42	มาก	1
2. สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง	4.13	มาก	2	4.31	มาก	2
3. ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ	3.88	มาก	3	4.17	มาก	3

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องดื่มไว้ต้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.13) และได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องดื่มไว้ต้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา คือสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.31) และได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.71)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์
และการนำเสนอ จำแนกตามเพศ

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ	3.96	มาก	1	4.24	มาก	1
2. การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ	3.96	มาก	1	4.18	มาก	2
3. การตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป	3.80	มาก	4	4.18	มาก	2
4. สถานบริการมีใบรับรองการเป็น ผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	3.94	มาก	3	4.12	มาก	4

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.96 เท่ากัน) รองลงมาได้แก่ สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ การตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาได้แก่ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ และการตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป (ค่าเฉลี่ย 4.18 เท่ากัน) และสถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีรายการในสปาเมนูให้เลือกหลากหลาย	3.98	มาก	1	4.93	มากที่สุด	1
2. มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก	3.67	มาก	4	4.51	มากที่สุด	2
3. มีน้ำมันหอมระเหย ให้เลือกหลายกลิ่น	3.69	มาก	2	4.43	มาก	4
4. มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลายแบบ เช่น แบบไทย, แบบสวีดิช, แบบอินเดีย	3.59	มาก	9	4.42	มาก	5
5. น้ำมันหอมระเหย มีตราหือสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม	3.69	มาก	2	4.36	มาก	8
6. น้ำมันหอมระเหย ผลิตจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน	3.64	มาก	6	4.36	มาก	8
7. บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม	3.65	มาก	5	4.48	มาก	3
8. มีดนตรีบรรเลงในห้องนวด เพื่อการบำบัด	3.62	มาก	7	4.33	มาก	11
9. มีบริการพิเศษขณะรอ เช่น หนังสือ	3.60	มาก	8	4.36	มาก	8
10. ความสะอาดของอุปกรณ์ เครื่องใช้	3.59	มาก	9	4.37	มาก	7
11. ชื่อเสียงของสถานบริการ	3.36	ปานกลาง	11	4.42	มาก	5

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีรายการใน สปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา คือ มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น และน้ำมันหอมระเหย มีตราหือสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม (ค่าเฉลี่ย 3.69 เท่ากัน)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.93) รองลงมา คือ มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และบรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านราคา	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู	3.28	ปานกลาง	4	4.74	มากที่สุด	1
2. ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ	3.35	ปานกลาง	3	4.35	มาก	2
3. มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน	3.37	ปานกลาง	2	4.19	มาก	4
4. สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.56	มาก	1	4.23	มาก	3

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.56) และและในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.37) ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการใน สเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.74) และในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35) สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/
ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น.	3.74	มาก	1	4.43	มาก	1
2. สามารถติดต่อของเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์	3.69	มาก	2	4.23	มาก	3
3. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง	3.53	มาก	4	4.07	มาก	5
4. มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ	3.43	ปานกลาง	5	4.19	มาก	4
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่	3.56	มาก	3	4.25	มาก	2

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา คือ สามารถติดต่อของเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ระยะเวลาเปิด-ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00–20.00 น. (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และสามารถติดต่อของเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ	3.48	ปานกลาง	1	4.45	มาก	1
2. มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์	3.30	ปานกลาง	5	4.38	มาก	2
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย	3.33	ปานกลาง	4	4.25	มาก	3
4. มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.46	ปานกลาง	2	4.24	มาก	4
5. มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี	3.28	ปานกลาง	6	4.24	มาก	4
6. มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล	3.42	ปานกลาง	3	4.01	มาก	6

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.46) และมีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา คือ มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล
จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านบุคคล	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ผู้หมวด บำบัด มีประกาศนียบัตร การอบรมวิชาชีพ	3.47	ปาน กลาง	4	4.56	มาก ที่สุด	1
2. พนักงาน/ผู้หมวด มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท	3.59	มาก	1	4.26	มาก	5
3. พนักงาน/ผู้หมวด มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.54	มาก	2	4.29	มาก	4
4. พนักงาน/ผู้หมวด มีความรู้เกี่ยวกับสปา เป็นอย่างดี	3.54	มาก	2	4.21	มาก	6
5. พนักงาน/ผู้หมวด สามารถสื่อสาร ภาษาอังกฤษได้	3.35	ปาน กลาง	6	4.37	มาก	2
6. พนักงาน/ผู้หมวด เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหา ได้ดี	3.41	ปาน กลาง	5	4.32	มาก	3

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง
การตลาดด้านบุคคลในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ พนักงาน/ผู้หมวดมี
บุคลิกภาพดี มีมารยาท (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาคือพนักงาน/ผู้หมวด มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม
แจ่มใส และพนักงาน/ผู้หมวด มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.54 เท่ากัน) และใน
ปัจจัยย่อยมี ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้หมวดบำบัด มีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ
(ค่าเฉลี่ย 3.33) พนักงาน/ผู้หมวด เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาได้ดี
(ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ควบคุมบัญชี มีประภาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือพนักงาน/ผู้ควบคุม สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือพนักงาน/ผู้ควบคุม เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.32) และพนักงาน/ผู้ควบคุม มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านกระบวนการ	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีเครื่องคิดมไว้ต้อนรับลูกค้า	3.95	มาก	1	4.86	มาก	1
2. สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง	3.85	มาก	2	4.58	มาก	2
3. ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ	3.70	มาก	3	4.33	มาก	3

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องคิดมไว้ต้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา คือ สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 3.85) และได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องคิดมไว้ต้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.86) รองลงมา คือ สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.58) และได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์
และการนำเสนอ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ	3.68	มาก	2	4.51	มาก	1
2. การตกแต่งสถานที่ที่เป็นแบบธรรมชาติ	3.75	มาก	1	4.38	มาก	2
3. การตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป	3.64	มาก	4	4.33	มาก	4
4. สถานบริการมีใบรับรองการเป็น ผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	3.67	มาก	3	4.38	มาก	3

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ที่เป็นแบบธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และสถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมา ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ที่เป็นแบบธรรมชาติ และสถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.38 เท่ากัน) และการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย	4.36	มาก	1	4.87	มากที่สุด	1	4.50	มากที่สุด	3
2. มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก	4.02	มาก	2	4.43	มาก	4	4.10	มาก	10
3. มีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น	3.94	มาก	5	4.53	มากที่สุด	3	4.20	มาก	8
4. มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลายแบบ เช่นแบบไทย, แบบสวีดิช, แบบอินเดีย	3.86	มาก	9	4.57	มากที่สุด	2	4.20	มาก	8
5. น้ำมันหอมระเหยมีตราหือสินค้าที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม	3.93	มาก	6	4.37	มาก	6	4.30	มาก	5
6. น้ำมันหอมระเหยผลิตจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีเจือปน	3.95	มาก	4	4.23	มาก	9	4.00	มาก	11
7. บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม	3.98	มาก	3	4.40	มาก	5	4.30	มาก	5
8. มีดนตรีบรรเลงในห้องนวด เพื่อการบำบัด	3.88	มาก	8	4.30	มาก	8	4.30	มาก	5
9. มีบริการพิเศษเฉพาะรถ เช่น หนังสือนั่ง	3.91	มาก	7	4.17	มาก	11	4.40	มาก	4
10. ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้	3.85	มาก	10	4.33	มาก	7	4.70	มากที่สุด	1
11. ชื่อเสียงของสถานบริการ	3.76	มาก	11	4.23	มาก	9	4.60	มากที่สุด	2

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีรายการในสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.87) รองลงมาคือ มีรูปแบบการนวดให้เลือกหลายแบบ เช่น แบบไทยแบบสวีดิช แบบอินเดีย (ค่าเฉลี่ย 4.57) และมีน้ำมันหอมระเหยให้เลือกหลายกลิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.53) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีรายการแบบแพ็คเกจให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.43) บรรยากาศในห้องนวดมีกลิ่นน้ำมันหอม (ค่าเฉลี่ย 4.40) และ น้ำมันหอมระเหย มีตรา ยี่ห้อสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของสถานบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) และ มีรายการสเปาเมนูให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านราคา	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู	3.91	มาก	1	4.37	มาก	1	4.40	มาก	1
2. ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ	3.77	มาก	3	4.13	มาก	2	4.10	มาก	3
3. มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน	3.71	มาก	4	4.00	มาก	3	4.10	มาก	4
4. สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.85	มาก	2	3.97	มาก	4	4.30	มาก	2

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา คือ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา คือ ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาที่กำหนดในแต่ละรายการในสเปาเมนู (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ ราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจของบริการ และ มีป้ายบอกราคาค่าบริการชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10 เท่ากัน)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/
ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านสถานที่/ ช่องทางการจัดจำหน่าย	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ระยะเวลาเปิด-ปิดสถาน บริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น.	4.00	มาก	1	4.40	มาก	1	4.30	มาก	2
2. สามารถติดต่อจองเวลา รับบริการผ่านทาง โทรศัพท์	3.82	มาก	3	4.37	มาก	2	4.50	มาก ที่สุด	1
3. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่ง ชุมชน สะดวกใน การเดินทาง	3.69	มาก	5	4.13	มาก	3	4.30	มาก	2
4. มีความสะดวกด้าน สถานที่จอดรถ	3.74	มาก	4	4.03	มาก	5	4.10	มาก	4
5. มีระบบรักษาความ ปลอดภัยของสถานที่	3.85	มาก	2	4.13	มาก	3	4.00	มาก	5

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ระยะเวลาเปิด - ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 - 20.00น. (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ระยะเวลาเปิด - ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 - 20.00น. (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.37) และ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสะดวกใน การเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถติดต่อจองเวลารับบริการผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ระยะเวลาเปิด – ปิดสถานบริการตั้งแต่ 10.00 – 20.00น. และสถานที่ตั้ง อยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.30 เท่ากัน) รองลงมา คือ มีความสะดวกใน ด้านสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ	3.89	มาก	1	4.33	มาก	1	4.00	มาก	1
2. มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์	3.75	มาก	4	4.27	มาก	2	3.80	มาก	3
3. มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสปาทางจดหมาย	3.75	มาก	4	4.03	มาก	5	3.70	มาก	5
4. มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.78	มาก	2	4.17	มาก	3	3.90	มาก	2
5. มีการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี	3.70	มาก	6	4.07	มาก	4	3.80	มาก	3
6. มีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล	3.76	มาก	3	3.57	มาก	6	3.70	มาก	5

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา คือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีการลดราคาในบางโอกาส เช่น ช่วงเทศกาล ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา คือ มีการโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ
มีเอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับสปาและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับ
ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ มีการใช้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ เช่น สะสมแต้มปี
(ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล
จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านบุคคล	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ผู้หมวด บำบัด มี ประกาศนียบัตรการ อบรมวิชาชีพ	3.96	มาก	1	4.30	มาก	1	4.00	มาก	6
2. พนักงาน/ผู้หมวด มีบุคลิก ภาพดี มีมารยาท	3.88	มาก	2	4.10	มาก	6	4.10	มาก	3
3. พนักงาน/ผู้หมวด มีมนุษย สัมพันธ์ดี อิมแพ็คแจ่มใส	3.82	มาก	3	4.20	มาก	4	4.30	มาก	1
4. พนักงาน/ผู้หมวด มีความรู้ เกี่ยวกับสปา เป็นอย่างดี	3.78	มาก	4	4.23	มาก	3	4.10	มาก	3
5. พนักงาน/ผู้หมวด สามารถ สื่อสารภาษาอังกฤษได้	3.78	มาก	4	4.13	มาก	5	4.10	มาก	3
6. พนักงาน/ผู้หมวด เข้าใจ ความต้องการ สามารถ ให้คำแนะนำ และแก้ไข ปัญหาได้ดี	3.75	มาก	6	4.27	มาก	2	4.20	มาก	2

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีผู้นำบัณฑิตมีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา คือ พนักงาน/ผู้ควบคุมคุณภาพดี มีมารยาท (ค่าเฉลี่ย 3.88) และพนักงาน/ผู้ควบคุมมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีผู้นำบัณฑิตมีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ พนักงาน/ผู้ควบคุม เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงาน/ผู้ควบคุม มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ พนักงาน/ผู้ควบคุมมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ พนักงาน/ผู้ควบคุม เข้าใจความต้องการ สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) และพนักงาน/ผู้ควบคุม มีบุคลิกภาพดี มีมารยาท พนักงาน/ผู้ควบคุม มีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี และ พนักงาน/ผู้ควบคุม สื่อสารภาษาอังกฤษได้ (ค่าเฉลี่ย 4.10 เท่ากัน)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย
ด้านกระบวนการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านกระบวนการ	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. มีเครื่องคิดไม้ค้อนรับลูกค้า	4.38	มาก	1	4.63	มากที่สุด	1	4.20	มาก	2
2. สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง	4.15	มาก	2	4.50	มากที่สุด	2	4.30	มาก	1
3. ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ	3.95	มาก	3	4.37	มาก	3	3.90	มาก	3

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องคิดไม้ค้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา คือ สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีเครื่องคิดไม้ค้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.63) และสามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.50) และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถให้บริการตรงตามเวลาที่จอง (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ มีเครื่องคิดไม้ค้อนรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) และได้เห็นและได้เลือกกลิ่นน้ำมันหอมระเหยก่อนใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์
และการนำเสนอ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอ	1 - 2 ครั้ง			3 - 4 ครั้ง			มากกว่า 4 ครั้ง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ความสะอาดของห้องน้ำ / ห้องอาบน้ำ	4.03	มาก	2	4.40	มาก	1	4.10	มาก	1
2. การตกแต่งสถานที่เป็น แบบธรรมชาติ	4.06	มาก	1	4.27	มาก	2	3.70	มาก	4
3. การตกแต่งสถานที่มี เอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป	3.92	มาก	4	4.27	มาก	2	4.10	มาก	1
4. สถานบริการมีใบรับรอง การเป็นผู้ประกอบการ ตามมาตรฐานกระทรวง สาธารณสุข	4.02	มาก	3	4.17	มาก	4	3.80	มาก	3

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือ การตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติและ การตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป (ค่าเฉลี่ย 4.27 เท่ากัน) และสถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำ และการตกแต่งสถานที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป (ค่าเฉลี่ย 4.10 เท่ากัน) รองลงมาคือ สถานบริการมีใบรับรองการเป็นผู้ประกอบการตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการตกแต่งสถานที่เป็นแบบธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของบริการสปา

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา

ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ	ระดับปัญหา					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลึ ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
1. ชนิดของน้ำมันที่ใช้ นวดไม่พอเพียง	24 14.50	28 17.00	28 17.00	64 38.80	21 12.70	2.82	ปาน กลาง	1
2. อุปกรณ์ในการบริการ ไม่ทันสมัย	11 6.70	26 15.20	46 27.90	53 32.10	29 17.60	2.62	ปาน กลาง	2
3. อุปกรณ์ในการให้ บริการไม่พร้อม	2 1.20	17 10.30	60 36.40	51 30.90	35 21.20	2.39	ปาน กลาง	9
4. จำนวนพนักงานนวด ไม่พอเพียง	2 1.20	23 13.90	45 27.30	64 32.80	31 18.80	2.40	ปาน กลาง	8
5. จำนวนห้องนวดมีน้อย	2 1.20	19 11.50	43 26.10	67 40.60	34 20.60	2.32	ปาน กลาง	10
6. ห้องนวดมีบริเวณ คับแคบ	3 1.80	23 13.90	44 26.70	63 38.20	32 19.40	2.41	ปาน กลาง	3
7. ห้องนวดมืด หรือ สว่างเกินไป	3 1.80	21 12.70	51 30.90	56 33.90	34 20.60	2.41	ปาน กลาง	3
8. อากาศในห้องนวด ร้อนเกินไป	2 1.20	22 13.30	51 30.90	57 34.50	33 20.00	2.41	ปาน กลาง	3
9. ระดับเสียงดนตรี บรรเลงดังเกินไป	4 2.40	21 12.70	50 30.30	54 32.70	36 21.80	2.41	ปาน กลาง	3
10. น้ำมันที่ใช้ในนวดไม่ได้ บริการรับรองมาตรฐาน จากองค์การ อาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (อย.)	8 4.80	17 10.30	56 33.40	38 23.00	46 27.90	2.41	ปาน กลาง	3
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ)...	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.75	ปานกลาง	

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.75 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือชนิดของน้ำมันที่ใช้ในวดไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.82) อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.62) ห้องนวดมีบริเวณคับแคบ (ค่าเฉลี่ย 2.41) ห้องนวดมืดหรือสว่างเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.41) อากาศในห้องนวดร้อนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.41) ระดับเสียงดนตรีบรรเลงดังเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.41) น้ำมันที่ใช้ในวดไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข(อย.) (ค่าเฉลี่ย 2.41) จำนวนพนักงานนวดไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.40) อุปกรณ์ในการให้บริการไม่พร้อม (ค่าเฉลี่ย 2.39) และจำนวนห้องนวดมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32)

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. ราคาค่าบริการสูงเกินไป	11 6.70	25 15.20	53 32.10	49 29.70	27 16.40	2.66	ปานกลาง	1
2. ความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป	6 3.60	25 15.20	49 29.70	52 31.50	33 20.00	2.51	ปานกลาง	2
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ)...	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.58	ปานกลาง	

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.58 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.66) และความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกัน มากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.51)

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านสถานที่/ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. สถานที่ตั้งอยู่ไกล แหล่งชุมชน	7 4.20	28 17.00	50 30.30	58 35.20	22 13.30	2.64	ปานกลาง	1
2. สถานที่ตั้งหายาก	7 4.20	24 14.50	53 32.10	51 30.90	30 18.20	2.56	ปานกลาง	2
3. ไม่สามารถจองผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต	5 3.00	28 17.00	41 24.80	64 38.80	27 16.40	2.52	ปานกลาง	3
4. ที่จอดรถไม่พอเพียง	5 3.00	25 15.20	54 32.70	45 27.30	36 21.80	2.50	ปานกลาง	4
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.55	ปานกลาง	

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.55 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.64) สถานที่ตั้งหายาก (ค่าเฉลี่ย 2.56) ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.52) และ ที่จอดรถไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต	23 13.90	27 16.40	34 20.60	55 33.30	26 15.80	2.79	ปานกลาง	1
2. การโฆษณา หรือ ประชาสัมพันธ์ ไม่น่าสนใจ	6 3.60	30 18.20	49 29.70	47 28.50	33 20.00	2.57	ปานกลาง	2
3. วิธีการส่งเสริมการขาย ไม่น่าสนใจ	10 6.10	29 13.90	44 26.70	57 34.50	31 18.80	2.54	ปานกลาง	3
4. ให้ส่วนลดน้อย	9 5.50	21 12.70	46 27.90	55 33.30	34 20.60	2.49	ปานกลาง	4
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.55	ปานกลาง	

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.55 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.79) การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.57) วิธีการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.54) และให้ส่วนลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความ สามารถในการให้ บริการตามมาตรฐาน	6 3.60	38 23.00	36 21.80	55 33.30	30 18.20	2.61	ปานกลาง	1
2. พนักงานไม่เข้าใจ ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	11 6.70	26 15.80	44 26.70	50 30.30	34 20.60	2.58	ปานกลาง	2
3. พนักงานขาดความ สามารถในการแก้ไข ปัญหา	8 4.80	27 16.40	40 24.20	55 33.30	35 21.20	2.50	ปานกลาง	3
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)...	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.56	ปานกลาง	

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีค่อนข้างน้อย
ทางการตลาดด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.56 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ย
ในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน
(ค่าเฉลี่ย 2.61) พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.58) และพนักงานขาดความ
สามารถในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อร้องเรียนด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ			
1. ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนนานเกินไป	10 6.10	24 14.50	38 23.0	50 30.30	43 26.10	2.44	ปานกลาง	1
2. ความล่าช้าในการประสานงานภายใน	10 6.10	20 12.10	44 26.70	50 30.30	41 26.10	2.44	ปานกลาง	1
3. ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา	8 4.80	16 9.70	42 25.50	61 37.00	38 23.00	2.36	ปานกลาง	3
4. ไม่มีบริการรถรับส่ง	6 3.60	19 11.50	40 24.20	52 31.50	48 29.10	2.29	ปานกลาง	4
5. คิดราคาค่าบริการผิด	4 2.40	14 8.50	44 26.70	52 26.70	51 30.90	2.20	ปานกลาง	5
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.35	ปานกลาง	

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.35 สำหรับปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3 อันดับแรกคือ ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนนานเกินไป และความล่าช้าในการประสานงานภายใน (ค่าเฉลี่ย 2.44 เท่ากัน) ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.36) ไม่มีบริการรถรับส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.29) และคิดราคาค่าบริการผิด (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ

ด้านภาพลักษณ์ และการนำเสนอ	ระดับปัญหา					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
1. ลักษณะการใช้พื้นที่ ของสถานบริการ ไม่ค่อยมีความเป็น ส่วนตัว	3 1.80	23 13.90	44 26.70	36 21.80	59 35.80	2.24	ปาน กลาง	4
2. การตกแต่งสถานที่ ยังไม่สวยงาม หรือไม่มี เอกลักษณ์	4 2.40	21 12.70	48 29.10	60 36.40	32 14.40	2.42	ปาน กลาง	1
3. ป้ายชื่อร้านมองเห็น ไม่ชัด	5 3.00	21 12.70	44 26.70	52 31.50	43 26.10	2.35	ปาน กลาง	2
4. ไม่มีห้องรับรอง ระหว่างรอรับบริการ	3 1.80	21 12.70	45 27.30	55 33.30	41 24.80	2.33	ปาน กลาง	3
5. อื่น ๆ (ไปรษณีย์)...	-	-	-	-	-	-	-	-
						รวม 2.34	ปานกลาง	

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง คือ 2.34
สำหรับในปัจจุบันยังมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการ
ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 2.24) การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือไม่มีเอกลักษณ์
(ค่าเฉลี่ย 2.42) ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด (ค่าเฉลี่ย 2.35) และ ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ
(ค่าเฉลี่ย 2.33)

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการใช้บริการสปา
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ระดับปัญหา					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ			
1. ด้านผลิตภัณฑ์และ บริการ	19 11.5	35 21.2	34 20.6	41 24.8	36 21.8	2.75	ปาน กลาง	1
2. ด้านราคา	5 3.0	21 12.7	51 30.9	49 29.7	39 23.6	2.58	ปาน กลาง	2
3. ด้านสถานที่/ ช่องทางการจัด จำหน่าย	6 3.6	26 15.8	50 30.3	37 22.4	46 27.9	2.55	ปาน กลาง	4
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	12 7.3	33 20.0	38 23.0	34 20.6	48 29.1	2.55	ปาน กลาง	4
5. ด้านบุคคล	9 5.5	32 19.4	34 20.6	10 6.1	80 48.5	2.56	ปาน กลาง	3
6. ด้านกระบวนการ	7 4.2	19 11.5	47 28.5	40 24.2	52 31.5	2.35	ปาน กลาง	6
7. ด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ	6 3.6	20 12.1	46 27.9	32 19.4	61 37.0	2.34	ปาน กลาง	7

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วน
ประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย
2.75) รองลงมาคือด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 2.58) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.56) ด้านสถานที่และช่องทาง
การจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 2.55) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.55) ด้านกระบวนการ (ค่า
เฉลี่ย 2.35) และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย 2.34)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง	3.12	ปานกลาง	1	2.52	ปานกลาง	1
2. อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย	2.90	ปานกลาง	2	2.34	น้อย	2
3. อุปกรณ์ในการให้บริการไม่พร้อม	2.52	ปานกลาง	9	2.27	น้อย	4
4. จำนวนพนักงานขนาดไม่พอเพียง	2.57	ปานกลาง	7	2.23	น้อย	8
5. จำนวนห้องขนาดเล็กมีน้อย	2.39	น้อย	10	2.25	น้อย	5
6. ห้องขนาดเล็กมีบริเวณคับแคบ	2.54	ปานกลาง	8	2.28	น้อย	3
7. ห้องขนาดเล็ก หรือ สว่างเกินไป	2.60	ปานกลาง	4	2.23	น้อย	8
8. อากาศในห้องขนาดเล็กร้อนเกินไป	2.59	ปานกลาง	5	2.24	น้อย	6
9. ระดับเสียงดนตรีบรรเลงดังเกินไป	2.59	ปานกลาง	5	2.24	น้อย	6
10. น้ำมันที่ใช้ขนาดไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข(อย.)	2.62	ปานกลาง	3	2.20	น้อย	10
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....						

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.12) อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.90) น้ำมันที่ใช้ขนาดไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (อย.) (ค่าเฉลี่ย 2.62) ห้องนวดมืด หรือ สว่างเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.60) อากาศในห้องนวดร้อนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.52) และมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.34) ห้องนวดมีบริเวณคับแคบ (ค่าเฉลี่ย 2.28) อุปกรณ์ในการให้บริการไม่พร้อม (ค่าเฉลี่ย 2.270) จำนวนห้องนวดมีน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.25) และอากาศในห้องนวดร้อนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.24)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ราคาค่าบริการสูงเกินไป	2.90	ปานกลาง	1	2.42	น้อย	1
2. ความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป	2.68	ปานกลาง	2	2.34	น้อย	2
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.90) ความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.42) ความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.34)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน	2.88	ปานกลาง	1	2.40	น้อย	1
2. สถานที่ตั้งหายาก	2.82	ปานกลาง	2	2.30	น้อย	3
3. ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	2.70	ปานกลาง	4	2.34	น้อย	2
4. ที่จอดรถไม่พอเพียง	2.71	ปานกลาง	3	2.30	น้อย	3
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.88) สถานที่ตั้งหายาก (ค่าเฉลี่ย 2.82) ที่จอดรถไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.71) ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.40) ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.34) สถานที่ตั้งหายาก และที่จอดรถไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.30 เท่ากัน)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และ บริการทางระบบอินเทอร์เน็ต	3.15	ปาน กลาง	1	2.45	น้อย	1
2. การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ ไม่น่าสนใจ	2.82	ปาน กลาง	2	2.33	น้อย	2
3. วิธีการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	2.76	ปาน กลาง	3	2.33	น้อย	2
4. ให้ส่วนลดน้อย	2.72	ปาน กลาง	4	2.27	น้อย	4
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.15) รองลงมา คือการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.82) วิธีการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.76) และให้ส่วนลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.45) การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ไม่น่าสนใจ และวิธีการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.33 เท่ากัน) และให้ส่วนลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคล	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ตามมาตรฐาน	2.85	ปาน กลาง	1	2.36	น้อย	1
2. พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	2.80	ปาน กลาง	2	2.35	น้อย	2
3. พนักงานขาดความสามารถ ในการแก้ไขปัญหา	2.79	ปาน กลาง	3	2.22	น้อย	3
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.85) พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.80) และพนักงานขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.36) พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.35) และพนักงานขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 2.22)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละ ขั้นตอนนานเกินไป	2.62	ปาน กลาง	1	2.27	น้อย	3
2. ความล่าช้าในการประสานงานภายใน	2.54	ปาน กลาง	2	2.35	น้อย	1
3. ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา	2.44	น้อย	3	2.29	น้อย	2
4. ไม่มีบริการรถรับส่ง	2.39	น้อย	4	2.19	น้อย	4
5. คิคราค่าบริการผิด	2.28	น้อย	5	2.12	น้อย	5
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละ ขั้นตอนนานเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.62) ความล่าช้าในการประสานงานภายใน (ค่าเฉลี่ย 2.54) และให้ระดับความสำคัญของปัญหา มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.44) ไม่มีบริการรถรับส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.39) และ คิคราค่าบริการผิด (ค่าเฉลี่ย 2.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความล่าช้าในการประสานงานภายใน (ค่าเฉลี่ย 2.35) ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.29) ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละ ขั้นตอนนานเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ จำแนกตามเพศ

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	ชาย			หญิง		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการ ไม่ค่อยมีความ เป็นส่วนตัว	2.29	น้อย	4	2.19	น้อย	4
2. การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือ ไม่มีเอกลักษณ์	2.48	น้อย	1	2.37	น้อย	1
3. ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด	2.38	น้อย	3	2.33	น้อย	2
4. ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ	2.40	น้อย	2	2.27	น้อย	3
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือ ไม่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 2.48) รองลงมาคือ ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.40) ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด (ค่าเฉลี่ย 2.38) และลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการ ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 2.29)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือ ไม่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 2.37) ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด (ค่าเฉลี่ย 2.33) ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.27) และลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการ ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ชนิดของน้ำมันที่ใช้ขนาดไม่พอเพียง	3.32	ปานกลาง	1	2.33	น้อย	1
2. อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย	3.12	ปานกลาง	2	2.13	น้อย	2
3. อุปกรณ์ในการให้บริการไม่พร้อม	2.90	ปานกลาง	7	1.90	น้อย	6
4. จำนวนพนักงานขนาดไม่พอเพียง	2.89	ปานกลาง	9	1.93	น้อย	4
5. จำนวนห้องขนาดมีน้อย	2.78	ปานกลาง	10	1.88	น้อย	9
6. ห้องขนาดมีบริเวณคับแคบ	2.94	ปานกลาง	5	1.89	น้อย	7
7. ห้องขนาดมืด หรือ สว่างเกินไป	2.90	ปานกลาง	7	1.94	น้อย	3
8. อากาศในห้องนวดร้อนเกินไป	2.98	ปานกลาง	3	1.87	น้อย	10
9. ระดับเสียงดนตรีบรรเลงดังเกินไป	2.91	ปานกลาง	6	1.93	น้อย	4
10. น้ำมันที่ใช้ขนาดไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข(อย.)	2.95	ปานกลาง	4	1.89	น้อย	7
11. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ชนิดของน้ำมันที่ใช้นวดไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.32) อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.12) อากาศในห้องนวดร้อนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.98) น้ำมันที่ใช้นวดไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข(อย.) (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ชนิดของน้ำมันที่ใช้นวดไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.33) อุปกรณ์ในการบริการไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 2.13) ห้องนวดมืดหรือสว่างเกินไป (ค่าเฉลี่ย 1.94) และระดับเสียงดนตรีบรรเลงดังเกินไป (ค่าเฉลี่ย 1.93)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านราคา	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ราคาค่าบริการสูงเกินไป	3.17	ปานกลาง	1	2.17	น้อย	1
2. ความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป	3.07	ปานกลาง	2	1.96	น้อย	2
3. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.17) และความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศ ให้ระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาค่าบริการสูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.17) และความแตกต่างของราคาค่าบริการแต่ละแห่งต่างกันมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 1.96)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน	3.10	ปานกลาง	3	2.19	น้อย	1
2. สถานที่ตั้งหายาก	3.17	ปานกลาง	1	1.96	น้อย	3
3. ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	3.06	ปานกลาง	4	1.99	น้อย	2
4. ที่จอดรถไม่พอเพียง	3.14	ปานกลาง	2	1.89	น้อย	4
5. อื่น ๆ (ไปรกระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันยังมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่ตั้งหายาก (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมาคือที่จอดรถไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 3.14) สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.10) และไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันยังมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ไกลแหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.19) ไม่สามารถจองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 1.99) สถานที่ตั้งหายาก (ค่าเฉลี่ย 1.96) และที่จอดรถไม่พอเพียง (ค่าเฉลี่ย 1.89)

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต	3.21	ปานกลาง	1	2.39	น้อย	1
2. การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ ไม่น่าสนใจ	3.06	ปานกลาง	4	2.10	น้อย	2
3. วิธีการส่งเสริมการขาย ไม่น่าสนใจ	3.16	ปานกลาง	2	1.94	น้อย	3
4. ให้ส่วนลดน้อย	3.11	ปานกลาง	3	1.89	น้อย	4
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.21) วิธีการส่งเสริมการขาย ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.16) ให้ส่วนลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.11) การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่และบริการทางระบบอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.39) การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.10) วิธีการส่งเสริมการขาย ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 1.94) ให้ส่วนลดน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.89)

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านบุคคล	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ตามมาตรฐาน	3.12	ปาน กลาง	2	2.11	น้อย	1
2. พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	3.16	ปาน กลาง	1	2.01	น้อย	2
3. พนักงานขาดความสามารถ ในการแก้ไขปัญหา	3.06	ปาน กลาง	3	1.96	น้อย	3
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.16) พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.12) พนักงานขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการ ไม่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.11) พนักงานไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.01) พนักงานขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ย 1.96)

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านกระบวนการ	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละ ขั้นตอนนานเกินไป	3.17	ปาน กลาง	1	1.74	น้อย	3
2. ความล่าช้าในการประสานงานภายใน	3.15	ปาน กลาง	2	1.76	น้อย	2
3. ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา	2.98	ปาน กลาง	3	1.77	น้อย	1
4. ไม่มีบริการรถรับส่ง	2.86	ปาน กลาง	4	1.74	น้อย	3
5. คิดราคาค่าบริการผิด	2.78	ปาน กลาง	5	1.64	น้อย	5
6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนนานเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.17) ความล่าช้าในการประสานงานภายใน (ค่าเฉลี่ย 3.15) ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.98) ไม่มีบริการรถรับส่ง (ค่าเฉลี่ย 2.86) และคิดราคาค่าบริการผิด (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างประเทศมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ให้บริการรวดเร็วไม่เต็มเวลา (ค่าเฉลี่ย 1.77) ความล่าช้าในการประสานงานภายใน (ค่าเฉลี่ย 1.76) ระยะเวลาในการรอรับบริการแต่ละขั้นตอนนานเกินไป และไม่มีบริการรถรับส่ง (ค่าเฉลี่ย 1.74 เท่ากัน) และคิดราคาค่าบริการผิด (ค่าเฉลี่ย 1.64)

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับปัญหาในการใช้บริการสปาของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มีต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้

ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	ชาวไทย			ชาวต่างประเทศ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการ ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว	2.98	ปาน กลาง	4	1.54	น้อย	4
2. การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงาม หรือ ไม่มีเอกลักษณ์	3.05	ปาน กลาง	1	1.82	น้อย	1
3. ป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด	3.05	ปาน กลาง	1	1.68	น้อย	3
4. ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ	3.00	ปาน กลาง	3	1.69	น้อย	2
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 82 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงามหรือ ไม่มีเอกลักษณ์และป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด (ค่าเฉลี่ย 3.05 เท่ากัน) ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) และลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยมีปัญหาในการใช้บริการสปาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ยังไม่สวยงามหรือ ไม่มีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 1.82) ไม่มีห้องรับรองระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 1.69) และป้ายชื่อร้านมองเห็นไม่ชัด (ค่าเฉลี่ย 1.68) และลักษณะการใช้พื้นที่ของสถานบริการไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 1.54)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการสปา

จากคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการสปา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. I don't like spa in Thailand (1 คน)
2. Spa in Thai massage room is too hot (1 คน)
3. เสนอให้ปรับปรุงด้านพนักงานบริการ ความรู้ความสามารถ ปรับปรุงราคาผลิตภัณฑ์
ไม่ค่อยเหมาะสมกับการนวดในบางครั้ง (1 คน)
4. การให้บริการบางสถานที่ค่อนข้างแออัด และไม่รู้วิธีเอาใจใส่ลูกค้าเท่าที่ควร (1 คน)
5. ควรหามาตรการในการควบคุมความปลอดภัย (1 คน)
6. บรรยากาศการบริการไม่ค่อยเป็นกันเอง (1 คน)
7. สถานที่ให้บริการมีน้อยเกินไป (1 คน)
8. ผลิตภัณฑ์ต้องให้ทันสมัยอยู่เสมอและต้องปรับปรุงเรื่องกลิ่น (1 คน)
9. ควรให้มีพนักงานคอยดูแลลูกค้า (1 คน)
10. พนักงานให้บริการบางสถานที่มีไม่พอเพียงต่อความต้องการ ในบางเวลา (1 คน)
11. พนักงานควรมีความเป็นกันเองและดูแลลูกค้า (1 คน)
12. พนักงานบริการควรมีความรู้ในด้านนี้ (1 คน)
13. ร้านที่ทำแต่สปาอย่างเดียวจะเสียเปรียบโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีสปาด้วย เพราะสิ่ง
อำนวยความสะดวกจะมากกว่า แต่จุดเสียคือจะมีราคาแพงกว่ามาก (1 คน)
14. สถานที่บริการบางแห่งสถานที่จอดรถไม่พอ (1 คน)
15. อยากได้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ (1 คน)