

บทที่ 4 วิเคราะห์ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการในร้านนวดแผนไทย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย ดังนั้นจึงแบ่งข้อมูลผลการวิเคราะห์ ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทย ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการในร้านนวดแผนไทย ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทย ในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยในเขตจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 30 ราย ผลการวิเคราะห์แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ตามตารางที่ 4.1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	7	23.33
หญิง	23	76.67
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
30 ปี หรือน้อยกว่า	3	10.00
31-40 ปี	11	36.67
41-50 ปี	9	30.00
51 ปีขึ้นไป	7	23.33
สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	12	40.00
สมรส	13	43.33
หย่าร้าง/หม้าย	5	16.67
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	17	56.67
ปริญญาตรี	12	40.00
ปริญญาโท	1	3.33

จากตารางที่ 4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 30 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมาเป็นเพศชาย 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.33 และอายุ 30 ปี หรือน้อยกว่า จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาไม่มีสถานภาพโสด จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ จบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.33

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานธุรกิจขนาดแผนไทย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสภาพการดำเนินงานธุรกิจขนาดแผนไทย

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี	14	46.67
เปิดดำเนินการมาแล้ว 5-10 ปี	10	33.33
เปิดดำเนินการมามากกว่า 10 ปี	6	20.00
ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	23	76.67
ห้างหุ้นส่วน	3	10.00
บริษัทจำกัด	4	13.33
จำนวนเงินลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 บาท	4	13.33
100,001 – 300,000 บาท	3	10.00
300,001 – 500,000 บาท	6	20.00
ตั้งแต่ 500,001 บาทขึ้นไป	17	56.67
จำนวนพนักงานในร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 คน	22	73.33
11-20 คน	5	16.67
21-30 คน	2	6.67
31-50 คน	1	3.33
การเปิดให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	30	100

รูปแบบการให้บริการของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
1. การนวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลาย	30	100.00
2. การนวดน้ำมัน	28	93.33
3. การนวดกดจุด	28	93.33
4. การนวดฝ่าเท้า	30	100.00
5. การนวดแบบจับเส้น	28	93.33
6. การนวดประคบสมุนไพร	26	86.67
7. การนวดเพื่อรักษา	23	76.67

จากตารางที่ 4.2 จากการศึกษาจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพการดำเนินธุรกิจนวดแผนไทย สรุปได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดดำเนินธุรกิจร้านนวดแผนไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาเปิดดำเนินการมาแล้ว 5-10 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00

ลักษณะธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมา เปิดเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 และเปิดเป็นห้างหุ้นส่วน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนตั้งแต่ 500,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาลงทุนจำนวนเงิน 300,001 – 500,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ลงทุนไม่เกิน 100,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 และลงทุนจำนวน 100,001 – 300,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

จำนวนพนักงานในร้าน ส่วนใหญ่มีจำนวนไม่เกิน 10 คน มีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมา มีจำนวนพนักงาน 11-20 คน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67 จำนวนพนักงาน 21-30 คน มีจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 และ จำนวนพนักงาน 31-50 คน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.33

ร้านนวดแผนไทยทำการเปิดให้บริการทุกวัน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

รูปแบบการให้บริการของร้านทุกร้านให้บริการการนวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลายและการนวดฝ่าเท้า จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาให้บริการการนวดน้ำมัน การนวดกดจุด และการนวดแบบจับเส้น จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.33 บริการการนวดประคบสมุนไพร จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 การนวดเพื่อรักษา จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67

การเตรียมความพร้อมในด้านภาษาต่างประเทศให้แก่พนักงานในร้าน

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทยมีการเตรียมความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศให้แก่พนักงานในร้าน สรุปได้ดังนี้

- มีการสนับสนุนให้พนักงานเรียนภาษาอังกฤษและภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส เพิ่มเติม โดยจัดส่งให้ไปเรียนเพิ่มเติมตามสถาบันสอนภาษาต่างประเทศ

- จัดเวลาสอนที่ร้าน โดยให้พนักงานได้เรียนฝึกพูดภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารพื้นฐาน เนื่องจากที่ร้านส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวจีน
- การรับสมัครพนักงานต้อนรับ/พนักงานนวด ที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษได้
- ร้านนวดแผนไทยบางแห่งกำหนดให้พนักงานเรียนรู้และฝึกภาษาต่างประเทศด้วยตัวเอง
- ทำการจัดอบรมด้านการใช้ภาษา ให้แก่พนักงานเดือนละครั้ง

ความต้องการในการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือ

- ต้องการให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาจัดการและควบคุมดูแลเรื่องการค้าบริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ให้มากยิ่งขึ้น
- ควรกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพิ่มการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ร้านนวดแผนไทยในภาพรวม
- ช่วยส่งเสริมด้านการใช้ภาษาในการสื่อสาร โดยการจัดอบรมภาษาต่างประเทศฟรีสำหรับพนักงานร้านนวดแผนไทย
- ควรควบคุมการเปิดร้านที่อนุญาตให้ประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพเฉพาะคนไทยเท่านั้น
- การควบคุมและกำหนดรูปแบบการเรียนนวดที่ถูกต้องตามหลักการนวดแผนไทยให้เป็นมาตรฐาน
- จัดอบรมระยะสั้นด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศและการสอนนวดที่เป็นมาตรฐาน ฟรี

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. เน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้	4.62	0.45	มากที่สุด
2. มีรูปแบบการบริการที่ทันสมัย	3.94	0.85	มาก
3. เน้นพนักงานบริการที่สุภาพ เต็มใจให้บริการ	4.62	0.45	มากที่สุด
4. เน้นการบริการที่เป็นมืออาชีพ	4.59	0.47	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.44	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย ด้านกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.44 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้และเน้นพนักงานบริการที่สุภาพ เต็มใจให้บริการ เท่ากับ 4.62 รองลงมาคือเน้นการบริการที่เป็นมืออาชีพ เท่ากับ 4.59 และค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีรูปแบบการบริการที่ทันสมัย เท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ราคาที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทย

2. กลยุทธ์ด้านราคา	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.36	0.73	มากที่สุด
2. มีช่องทางหลากหลายในการให้ลูกค้าชำระเงิน	4.75	0.46	มากที่สุด
3. มีการกำหนดอัตราค่าบริการแบบพ่วงกับค่าที่พัก/บริษัททัวร์ ที่ร่วมมือกันทางธุรกิจ	2.85	1.78	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทยด้านกลยุทธ์ราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.99 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีช่องทางหลากหลายในการให้ลูกค้าชำระเงิน เท่ากับ 4.75 รองลงมาคือ มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน เท่ากับ 4.36 และ ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ มีการกำหนดอัตราค่าบริการแบบพ่วงกับค่าที่พัก/บริษัททัวร์ ที่ร่วมมือกันทางธุรกิจ เท่ากับ 2.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ด้านสถานที่ที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทย

3. กลยุทธ์ด้านสถานที่	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. สถานที่ตั้งเน้นทำเลใกล้แหล่งธุรกิจ/นักท่องเที่ยว	4.42	0.68	มากที่สุด
2. ร่วมมือกับธุรกิจโรงแรม/ที่พัก/บริษัททัวร์ ในการหาลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว	3.30	1.62	ปานกลาง
3. มีการจัดให้บริการนอกสถานที่	2.53	1.59	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42	1.30	มาก

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทยด้านกลยุทธ์ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งเน้นทำเลใกล้แหล่งธุรกิจ/นักท่องเที่ยว เท่ากับ 4.42 ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ร่วมมือกับธุรกิจโรงแรม/ที่พัก/บริษัททัวร์ ในการหาลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว เท่ากับ 3.30 และค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ มีการจัดให้บริการนอกสถานที่ เท่ากับ 2.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. ใช้ชื่อเสียงของการนวดแผนไทยมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์	3.97	1.10	มาก
2. มีการใช้โฆษณาโดยใช้สื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ ใบปลิว	3.36	1.42	ปานกลาง
3. มีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม	3.11	1.23	ปานกลาง
4. มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้า	4.14	0.86	มาก
5. มีการใช้สื่อผ่านทางเว็บไซต์	3.15	1.49	ปานกลาง
6. มีการใช้สื่อผ่านทาง Social Media	3.34	1.26	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	1.26	มาก

จากตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้า เท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ ใช้ชื่อเสียงของการนวดแผนไทยมาเป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์ เท่ากับ 3.97 ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการใช้โฆษณาโดยใช้สื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ ใบปลิว เท่ากับ 3.36 มีการใช้สื่อผ่านทาง Social Media เท่ากับ 3.34 มีการใช้สื่อผ่านทางเว็บไซต์ เท่ากับ 3.15 และมีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม เท่ากับ 3.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ด้านบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. พนักงานนวดได้รับการฝึกอบรมอยู่เสมอ	4.29	0.87	มากที่สุด
2. การจ่ายเงินเดือนและสวัสดิการแก่พนักงานประจำในอัตราสูงกว่าร้านคู่แข่ง	3.78	1.17	มาก
3. การเสนอส่วนแบ่งรายได้แก่พนักงานนวดที่เป็นธรรม	4.36	0.76	มากที่สุด
4. มีชุดฟอร์มพนักงาน	4.46	0.90	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	1.23	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทยด้านกลยุทธ์ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ มีชุดฟอร์มพนักงาน เท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ การเสนอส่วนแบ่งรายได้แก่พนักงานนวดที่เป็นธรรม เท่ากับ 4.36 และ พนักงานนวดได้รับการฝึกอบรมอยู่เสมอ เท่ากับ 4.29 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การจ่ายเงินเดือนและสวัสดิการแก่พนักงานประจำในอัตราสูงกว่าร้านคู่แข่ง เท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทย

6. กลยุทธ์การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. ศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้	4.75	0.47	มากที่สุด
2. มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้	4.78	0.45	มากที่สุด
3. การทำความสะอาดพื้นที่ในการให้บริการ	4.95	0.31	มากที่สุด
4. มีการควบคุมดูแลพัฒนาสถานประกอบการ	4.72	0.48	มากที่สุด
5. การตกแต่งร้านเพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย	4.79	0.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.80	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจขนาดแผนไทยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.80 ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การทำความสะอาดพื้นที่ในการให้บริการ เท่ากับ 4.95 การตกแต่งร้านเพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย เท่ากับ 4.79 มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ เท่ากับ 4.78 ศึกษาคุณสมบัติและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ เท่ากับ 4.75 และมีการควบคุมดูแลพัฒนาสถานประกอบการ เท่ากับ 4.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ด้านกระบวนการที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทย

7. กลยุทธ์กระบวนการ	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. การจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานบริการ โดยจ้างผู้เชี่ยวชาญมาสอน	3.97	1.11	มาก
2. การเปิดหลักสูตรสอนวิธีนวด	2.65	1.55	ปานกลาง
3. การสำรวจตลาดเพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆเสมอ	3.85	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49	1.27	มาก

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดธุรกิจนวดแผนไทยด้านกลยุทธ์ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การจัดให้มีการฝึกอบรมแก่พนักงานบริการโดยจ้างผู้เชี่ยวชาญมาสอน เท่ากับ 3.97 การสำรวจตลาดเพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆเสมอ เท่ากับ 3.85 การเปิดหลักสูตรสอนวิธีนวด เท่ากับ 2.65 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านนวดแผนไทย

จากการตอบแบบสอบถาม ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านนวดแผนไทย จำนวน 30 ราย พบ ปัญหาอุปสรรคในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านนวดแผนไทย โดยสรุปได้ดังนี้

1. **ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และบริการ** พบว่าผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการนวดให้แก่ลูกค้า เช่น น้ำมันนวดทางร้านใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงมีราคาแพง จะทำให้ทำการคิดค่าบริการแพงขึ้น
2. **ปัญหาด้านการกำหนดอัตราค่าบริการ** พบว่าในบางครั้งร้านนวดแผนไทยบางร้านจำเป็นต้องลดอัตราค่าบริการ เนื่องจากมีคู่แข่งจำนวนมาก และคู่แข่งขึ้นมักจะลดราคาตัดหน้า
3. **ปัญหาด้านสถานที่** พบว่าบางร้านต้องจ่ายค่าเช่าร้านในราคาแพง ขนาดร้านค่อนข้างคับแคบ บางร้านต้องเช่าในซอยทำให้ลูกค้ามองไม่เห็น
4. **ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่าร้านนวดแผนไทยจำเป็นต้องใช้ผู้มีความรู้ด้านภาษาจีน ช่วยไปโมทเว็บไซต์ และลงโฆษณาตามนิตยสาร ทำให้มีค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการตลาดสูง ส่วนหนึ่งแม้ว่าจะมีการใช้สื่อ Social media ประเภท Facebook ที่ร้านเปิดเพจเพื่อโฆษณาร้าน ก็ยังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากนัก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือชาวต่างชาติจากประเทศอื่นๆที่ไม่นิยม Facebook และไม่มีการนำเครื่องมือส่งเสริมการตลาดมาใช้หลากหลายเพื่อให้มีลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

5. **ปัญหาด้านบุคลากรและพนักงาน** พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ได้แก่การขาดแคลนพนักงานนวดที่มีฝีมือเป็นมาตรฐาน อัตราการเข้า-ออก ของพนักงานนวดมีสูง และเกิดขึ้นบ่อยครั้ง อีกทั้งในช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการจำนวนมากจำนวนมาก ทำให้ร้านต้องเรียกใช้บริการพนักงานอิสระ แต่พนักงานเหล่านี้มักทำงานไม่มีคุณภาพ ควบคุมคุณภาพการนวดค่อนข้างยาก ทำให้บางร้าน

จำเป็นต้องรับแรงงานต่างด้าวมาทำงานเป็นพนักงานนวด เนื่องจากค่าแรงถูก แต่ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านการนวดแผนไทยที่เป็นมาตรฐาน อีกปัญหาที่พบเสมอได้แก่ปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ

6. **ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** พบว่าหากทำการตกแต่งร้านให้สวยงามอยู่เสมอต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก

7. **ปัญหาด้านกระบวนการ** พบว่าบางครั้งร้านนวดแผนไทยเจอลูกค้าเอาแต่ใจ ต้องการบริการการนวดที่ดีที่สุด แต่ขอจ่ายน้อยที่สุด อีกประการหนึ่งคือปัญหาด้านการบริหารจัดการร้านค้า ไม่มีการนำเอาระบบซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยเหลือในการจัดระบบการบริหารงาน

8. **ปัญหาด้านอื่นๆ** พบว่าร้านนวดแผนไทยในเขตจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีร้านที่เปิดดำเนินการจำนวนมาก

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ราย ผลการวิเคราะห์แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (n= 400)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	227	56.75
หญิง	173	43.25
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
30 ปี หรือน้อยกว่า	33	8.25
31-40 ปี	260	65.00
41-50 ปี	62	15.5
51 ปีขึ้นไป	45	11.25
ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
เอเชีย	91	22.75
ยุโรป	214	53.50
ออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์	24	6.00
อเมริกาเหนือ	71	17.75
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.75
พนักงานบริษัท	316	79.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	31	7.75

นักศึกษา	20	5.00
เกษียณ	14	3.50
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	21.75
ปริญญาตรี	208	52.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	105	26.25
ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	37	9.25
มากับเพื่อน	315	78.75
มากับครอบครัว	42	10.50
มากับทัวร์นำเที่ยว	6	1.50
วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	388	97.00
ติดต่อธุรกิจ	5	1.25
ประชุม/สัมมนา/อบรม	2	0.50
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	2	0.50

จากตารางที่ 4.10 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.25

อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 260 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา อายุ 41-50 ปี จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 อายุ 30 ปีหรือน้อยกว่า จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25

ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในยุโรป จำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ เอเชีย จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.75 อเมริกาเหนือ จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.75 และออสเตรเลีย/นิวซีแลนด์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 316 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.00 รองลงมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 นักศึกษา จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 และ เกษียณ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มากับเพื่อน จำนวน 315 คิดเป็นร้อยละ 78.75 รองลงมา มากับครอบครัว จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 มาคนเดียว จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.25 มากับทัวร์นำเที่ยว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว/พักผ่อน จำนวน 388 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมา มาเพื่อติดต่อธุรกิจ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 มาประชุม/สัมมนา/อบรม จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลการใช้บริการนวดแผนไทย

ท่านเข้ามาพักในเมืองไทยเป็นระยะเวลาานเท่าใด	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 เดือน	387	96.75
3 – 6 เดือน	8	2.00
6 – 12 เดือน	4	1.00
1 ปีขึ้นไป	1	0.25
ท่านเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการมาก่อน	289	72.25
เคยใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน	111	27.75
วัตถุประสงค์ที่ท่านมาใช้บริการนวดแผนไทย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อผ่อนคลาย	363	90.75
เพื่อรักษาโรค	37	9.25
รูปแบบการบริการนวดแผนไทยที่ท่านเคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
การนวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลายแก้ปวดเมื่อย	198	49.50
การนวดน้ำมัน	12	3.00
การนวดกดจุด	15	3.75
การนวดฝ่าเท้า	185	46.25
การนวดประคบสมุนไพร	13	3.25
การนวดเพื่อรักษา	42	10.50
สถานที่ที่ท่านเคยใช้บริการนวดแผนไทย	จำนวน	ร้อยละ
ภายในโรงแรม	9	2.25
ร้านที่เปิดให้บริการทั่วไป	216	54.00
ย่านธุรกิจ	10	2.50
ย่านที่พัก	145	36.25

ในห้างสรรพสินค้า	8	2.00
เลือกร้านที่มีชื่อเสียง	12	3.00
หลังจากที่ท่านรับบริการนวดแผนไทย ท่านจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการอีกแน่นอน	392	98.00
ไม่แน่ใจ	8	2.00
ท่านจะแนะนำให้คนรู้จัก/เพื่อน/คนในครอบครัวมาใช้บริการนวดแผนไทยหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	400	100.00
บุคคลหรือสื่อประเภทใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำ	48	12.00
โรงแรม/มีคฤหาสน์แนะนำ	72	18.00
อินเทอร์เน็ต	57	14.25
วารสาร/เอกสารการท่องเที่ยว	223	55.75

จากตารางที่ 4.11 ข้อมูลการใช้บริการนวดแผนไทย ผลการศึกษาพบว่า

ระยะเวลาในการมาพักในเมืองไทย ส่วนใหญ่พักน้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 รองลงมา พัก 3-6 เดือน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 พัก 6-12 เดือน จำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 1.00 และ พัก 1 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

การใช้บริการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการมาก่อน จำนวน 289 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมา เคยใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.75

วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดเพื่อผ่อนคลาย จำนวน 363 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.75 รองลงมาใช้บริการเพื่อรักษาโรค จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.25

รูปแบบการบริการนวดแผนไทยที่เคยใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ นวดแผนไทยเพื่อผ่อนคลาย แก้วปวดเมื่อย จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมานวดฝ่าเท้า จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25 นวดเพื่อรักษา จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 นวดกดจุด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 นวดประคบสมุนไพร จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 และนวดน้ำมัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00

สถานที่ที่เคยใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการตามร้านที่เปิดให้บริการทั่วไป จำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา เคยใช้บริการย่านที่พัก จำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.25 เลือกร้านที่มีชื่อเสียง จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ย่านธุรกิจ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ภายในโรงแรม จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และในห้างสรรพสินค้า จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00

หลังจากที่รับบริการนวดแผนไทย พบว่าส่วนใหญ่จะกลับมา ใช้บริการอีกแน่นอน จำนวน 392 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.00 รองลงมาไม่แน่ใจ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0

การแนะนำมาใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยากจะแนะนำให้คนรู้จัก/เพื่อน/คนในครอบครัว จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

บุคคลหรือสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่ได้แก่วารสาร/เอกสาร การท่องเที่ยว จำนวน 223 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมา คือโรงแรม/มัคคุเทศก์แนะนำ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 อินเทอร์เน็ต จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 และเพื่อนแนะนำ จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ผลการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย	4.64	0.61	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมจากธรรมชาติ	4.47	0.56	มากที่สุด
3. รูปแบบการบริการมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ	4.42	0.72	มากที่สุด
4. การบริการนวดมีคุณภาพได้มาตรฐาน	4.56	0.61	มากที่สุด
5. ผู้ให้บริการดูแลท่านแบบมีอาชีพ	4.39	0.56	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.49	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.49 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย เท่ากับ 4.64 รองลงมาคือ การบริการนวดมีคุณภาพได้มาตรฐาน เท่ากับ 4.56 ผลิตภัณฑ์มีส่วนผสมจากธรรมชาติ เท่ากับ 4.47 รูปแบบการบริการมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ เท่ากับ 4.42 และ ผู้ให้บริการดูแลท่านแบบมีอาชีพ เท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยด้านราคา	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน	4.50	0.56	มากที่สุด
2. มีช่องทางหลากหลายในการให้ลูกค้าชำระเงิน	4.42	0.53	มากที่สุด
3. มีการกำหนดอัตราค่าบริการแบบพ่วงกับค่าที่พัก/บริษัททัวร์	4.40	0.52	มากที่สุด
4. กำหนดราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า	4.47	0.56	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.45	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.45 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจน เท่ากับ 4.50 รองลงมา คือ กำหนดราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า เท่ากับ 4.47 มีช่องทางหลากหลายในการให้ลูกค้าชำระเงิน เท่ากับ 4.42 และ มีการกำหนดอัตราค่าบริการแบบพ่วงกับค่าที่พัก/บริษัททัวร์ เท่ากับ 4.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยด้านสถานที่	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. สถานที่ตั้งเน้นทำเลใกล้แหล่งธุรกิจ/นักท่องเที่ยว	4.32	0.67	มากที่สุด
2. มีความปลอดภัย	4.40	0.72	มากที่สุด
3. มีการบริการนอกสถานที่	4.10	0.60	มาก
4. ทำเลที่ตั้งติดถนนมองเห็นได้ง่าย	4.30	0.72	มากที่สุด
5. ภายในร้านติดเครื่องปรับอากาศ	4.20	0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ มีความปลอดภัย เท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ สถานที่ตั้งเน้นทำเลใกล้แหล่งธุรกิจ/นักท่องเที่ยว เท่ากับ 4.32 ทำเลที่ตั้งติดถนนมองเห็นได้ง่าย เท่ากับ 4.30 ภายในร้านติดเครื่องปรับอากาศเท่ากับ 4.20 มีการบริการนอกสถานที่ เท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. มีการโฆษณาโดยใช้สื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ ใบปลิว	4.22	0.67	มากที่สุด
2. ชื่อเสียงของการนวดแผนไทย	4.41	0.72	มากที่สุด
3. มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	3.42	0.63	มาก
4. มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้า	4.04	0.76	มาก
5. มีการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์	3.80	0.57	มาก
6. มีการโฆษณาผ่านสื่อ Social Media	3.41	0.49	ปานกลาง
7. มีการจัดทำบัตรสมาชิกและให้ส่วนลดพิเศษ	3.32	0.47	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.80 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ ชื่อเสียงของการนวดแผนไทย เท่ากับ 4.41 รองลงมาคือ มีการโฆษณาโดยใช้สื่อแผ่นพับ โบรชัวร์ ใบปลิว เท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยระดับมากได้แก่ มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้า เท่ากับ 4.04 มีการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ เท่ากับ 3.80 มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา เท่ากับ 3.80 ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อ Social Media เท่ากับ 3.41 และ มีการจัดทำบัตรสมาชิกและให้ส่วนลดพิเศษ เท่ากับ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยด้านพนักงาน	X	S.D	ระดับความสำคัญ
3. มีความรู้และความชำนาญในการนวดแผนไทย	4.42	0.72	มากที่สุด
4. มีบุคลิกภาพดี มนุษย์สัมพันธ์ดี	4.22	0.67	มากที่สุด
5. มีจิตใจรักบริการ	4.24	0.69	มากที่สุด
4. มีความสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย	4.29	0.69	มากที่สุด
5. การบริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.30	0.70	มากที่สุด
6. มีทักษะด้านการสื่อสาร	4.10	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.26	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 ปัจจัยด้านพนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.26 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรก คือ มีความรู้และความชำนาญในการนวดแผนไทย เท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ การบริการอย่างเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เท่ากับ 4.30 มีความสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย เท่ากับ 4.29 มีจิตใจรักบริการ เท่ากับ 4.24 มีบุคลิกภาพดี มนุษย์สัมพันธ์ดี เท่ากับ 4.22 ค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ มีทักษะด้านการสื่อสาร เท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

ด้านลักษณะทางกายภาพ	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม สะดุดตา	4.23	0.67	มากที่สุด
2. มีห้องบริการแยกเป็นส่วนตัว	3.80	0.43	มาก
3. สร้างบรรยากาศในร้านเพื่อการผ่อนคลาย เช่น การเปิดเพลง	4.11	0.65	มาก
4. ภายในร้านมีอุปกรณ์ครบครัน สะอาด จัดเรียงเป็นระเบียบ	4.12	0.64	มาก
5. มีที่นั่งรอรับบริการที่เพียงพอ	3.75	0.48	มาก
6. ภายในร้านมีกลิ่นหอมของสมุนไพร	4.20	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.17 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม สะดุดตา เท่ากับ 4.23 รองลงมา ค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ภายในร้านมีกลิ่นหอมของสมุนไพร เท่ากับ 4.20 ภายในร้านมีอุปกรณ์ครบครัน สะอาด จัดเรียงเป็นระเบียบ เท่ากับ 4.12 สร้างบรรยากาศในร้านเพื่อการผ่อนคลาย เช่น การเปิดเพลง เท่ากับ 4.11 มีห้องบริการแยกเป็นส่วนตัวเท่ากับ 3.80 และ มีที่นั่งรอรับบริการที่เพียงพอ เท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย

กระบวนการการให้บริการ	X	S.D	ระดับความสำคัญ
1. มีการบริการที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว	4.39	0.66	มากที่สุด
2. มีความปลอดภัยในการให้บริการและได้มาตรฐาน	4.33	0.70	มากที่สุด
3. ในระหว่างการบริการมีการแนะนำประโยชน์ที่ได้รับจากการรับบริการ	4.26	0.69	มากที่สุด
4. มีการให้การต้อนรับที่ดี อบอุ่น เป็นกันเอง	4.20	0.48	มาก
5. การให้บริการลูกค้าตามลำดับ	4.24	0.62	มากที่สุด
6. มีบริการนัดจองคิวล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์	4.01	0.46	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.24	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 ปัจจัยด้านกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.24 ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการบริการที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว เท่ากับ 4.39 รองลงมา คือ มีความปลอดภัยในการให้บริการและได้มาตรฐาน เท่ากับ 4.33 ในระหว่างการบริการมีการแนะนำประโยชน์ที่ได้รับจากการรับบริการ เท่ากับ 4.26 การให้บริการลูกค้าตามลำดับ เท่ากับ 4.24 ค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ มีการให้การต้อนรับที่ดี อบอุ่น เป็นกันเอง เท่ากับ 4.20 และ มีบริการนัดจองคิวล่วงหน้าผ่านทางโทรศัพท์ เท่ากับ 4.01 ตามลำดับ