

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการ  
นวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



สุทธิพร วันเต

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2551

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการ  
นวดแผนไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สุทธิพร วันเต

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2551

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการ  
นวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สุทธิพร วันเต

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ชร ฐปะวิเชตร

.....กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ รุ่งเรืองศรี

.....กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรพิน สันติธีรากุล

20 พฤษภาคม 2551

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ชร ฐปะวิเชตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจแก้ไขจนการค้นคว้าแบบอิสระเสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ รุ่งเรืองศรีและ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรุณ สันติธีรากุล ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระและให้คำแนะนำเป็นอย่างดีมาตลอด

ขอขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ดูแลอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เป็นอย่างดีมาตลอดระหว่างการศึกษาและเพื่อน พี่ น้อง การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรุ่นที่ 4 ที่ให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีและสถานประกอบการนวดแผนไทยทุกแห่งที่ให้ความร่วมมือในการเก็บแบบสอบถามและขอขอบพระคุณกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความอนุเคราะห์ทั้งข้อมูลและเอกสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

ขอขอบคุณ ครู อาจารย์ ที่ทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้และก่อให้เกิดกระบวนการทางความคิด สติปัญญาที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ ยังประโยชน์ให้แก่ตนเอง คนรอบข้างและสังคมต่อไป ขอขอบคุณครอบครัวที่หล่อหลอมความคิดและจิตวิญญาณให้ผู้เขียนเติบโต แข็งแรงทั้งทางกายและทางจิตใจ เป็นกำลังใจ สนับสนุนให้ผู้ศึกษาได้รับการศึกษาที่ดีมาตลอดและเป็นแรงผลักดันให้ผู้ศึกษาทำการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

**ชื่อเรื่อง** การค้นคว้าแบบอิสระ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้  
บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**ผู้เขียน** นางสาวสุทธิพร วันเด

**ปริญญา** ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว)

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผศ.ดร. เพ็ชรี รูปะวิเชตร์ ประธานกรรมการ

ผศ.ดร. ไชยวัฒน์ รุ่งเรืองศรี กรรมการ

ผศ. อรพิน สันติธีรากุล กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
หลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยสำรวจ (Survey  
Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน จากกลุ่ม  
ตัวอย่างจำนวน 375 ตัวอย่าง ในสถานประกอบการนวดแผนไทยจำนวน 34 แห่ง เพื่อวัดระดับความ  
พึงพอใจ ตามแบบ D-T Scale (Delighted - Terrible Scale) 7 ระดับของ Andrew and Withey

ผลการศึกษา พบว่าเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจใน  
กระบวนการแตกต่างกัน และระดับรายได้ที่สูงขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละระดับทำ  
ให้มีความพึงพอใจด้านการบริการสูงขึ้นตามลำดับ เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมี  
ความพึงพอใจความสะอาดของผู้ให้บริการแตกต่างกันและพบว่ายิ่งผู้ให้บริการมีขั้นตอนและความ  
คล่องแคล่วในการนวดเพิ่มมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งทำให้ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการนวด  
มากขึ้นเท่านั้น เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน  
ด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละระดับก็ทำ  
ให้มีความพึงพอใจด้านราคาสูงขึ้นตามลำดับเช่นกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมี

ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการ நட  
ลักษณะของผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

การวัดระดับความพึงพอใจในการศึกษาครั้งนี้ได้นำค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเปรียบเทียบโดย  
ใช้วิธี D - T Scale (Delighted - Terrible Scale) 7 ระดับ โดยแบ่งออกด้านต่างๆ ได้ดังนี้

(1) ในด้านการบริการและหัวข้อหลักคือ วิธีการ நட ผลการ நட พบว่านักท่องเที่ยว  
ชาวต่างชาติมีความรู้สึกในระดับความรู้สึกพึงพอใจ (ระดับ 6 จากคะแนนเต็มคือ ระดับ 7) ส่วน  
หัวข้อหลัก กระบวนการ อยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ (ระดับ 5)

(2) ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพและหัวข้อหลัก ห้อง நட สิ่งนำเสนอทาง  
กายภาพ ที่ตั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจอยู่ในระดับความรู้สึกพอใจและไม่พอใจ  
เท่ากันหรืออยู่ในระดับกลาง (ระดับ 4) ส่วนหัวข้อหลัก ความสะอาดของสถานที่ อยู่ในระดับ  
ความรู้สึกค่อนข้างพอใจ (ระดับ 5)

(3) ด้านผู้ให้บริการและหัวข้อหลัก ความสะอาดของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี  
ความรู้สึกในระดับค่อนข้างพอใจ (ระดับ 5) ส่วนหัวข้อหลัก ความรู้ความสามารถในการ நட  
นักเที่ยวชาวต่างชาติมีความรู้สึกในระดับความรู้สึกพึงพอใจ (ระดับ 6) ส่วนหัวข้อหลัก  
ลักษณะของผู้ให้บริการ อยู่ในระดับความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากันหรืออยู่ในระดับกลาง  
(ระดับ 4)

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในหัวข้อหลัก  
การต้อนรับและการให้ข้อมูลในระดับความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ (ระดับ 3)

(5) ด้านราคารักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในหัวข้อหลัก ค่าบริการเหมาะสม  
กับคุณภาพบริการในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ (ระดับ 5)

การเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านได้ดังนี้ ด้านการบริการ ด้านราคา  
ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วน  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดในส่วนหัวข้อหลักคือ ผลการ நடและค่าเฉลี่ย  
ความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจ  
โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ (ระดับ 5)

**Independent Study Title** Satisfaction Level of Foreign Tourists After Using Thai  
Traditional Massage Services in Mueang District,  
Chiang Mai Province

**Author** Miss Sutthiphorn Wan-te

**Degree** Master of Arts (Tourism Industry Management)

**Independent Study Advisory Committee**

Asst. Prof. Dr. Phetcharee Rupavijetra Chairperson

Asst. Prof. Dr. Chaiwat Roongruangsee Member

Asst. Prof. Orapin Santidhirakul Member

**ABSTRACT**

The objective of the independent study was to study satisfaction level of foreign tourists after using Thai traditional massage services in Mueang district, Chiang Mai province. The data collection based on survey research was done by distributing questionnaires in English, Japanese and Chinese to 375 tourists from 34 Thai traditional massage services in Meaung district. D-T Scale (Delighted - Terrible Scale) 7 level was applied in order to analyse the satisfaction theory from Andrew and Withey.

The results of this study were as follows : Foreign tourists with different in sex were found that there was a statistically significant difference on their satisfaction towards service and process aspects. Foreign tourists who had higher income, their satisfaction in price aspect were found in higher level. Foreign tourists with different in sex were found that there was a statistically significant difference on their satisfaction towards cleanliness aspects and The masseuse and masseur aspects had higher satisfied manipulation and styles were found in higher level competence. Foreign tourists with different in sex had a statistically significant difference on

their satisfaction towards price aspects and the higher education foreign tourists for each level were found in higher level price aspects and foreign tourists from different continents had a statistically significant difference on their satisfaction towards cleanliness competence and personality of masseuse and masseur aspects.

The satisfaction towards thai traditional massage services using 7 level D-T scale were as follows;

(1) Regarding to service and process aspect foreign tourist were pleased (level 6) in massage technique and massage result. Who mostly satisfied (level 5) in operation and process.

(2) The results of foreign tourist satisfaction towards place and physical evidence aspect were shown differently as follows : massage room, physical evidence and location about equally satisfied and unsatisfied (level 4). The level of cleanliness mostly satisfied (level 5).

(3) Regarding to the masseuse and masseur aspect and the cleanliness mostly satisfied (level 5). Foreign tourist were pleased (level 6) in their competence that who about equally satisfied and unsatisfied (level 4) personality of the masseuse and masseur.

(4) According to promotion aspect foreign tourist mostly dissatisfied (level 3) in reception and information staff.

(5) Foreign tourists mostly satisfied (level 5) for reasonable price.

The highest satisfaction among all aspects were service and process aspect and price aspect, the masseuse and masseur aspect, place and physical evidence aspect and promotion aspect in orderly. Massage result aspect was rated in the highest satisfaction and promotion aspect was rated in the lowest satisfaction. The overall satisfaction of thai traditional massage service was mostly satisfied (level 5).



## สารบัญ

|   | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ                               | ก    |
| บทคัดย่อภาษาไทย                               | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                            | ฉ    |
| สารบัญตาราง                                   | ญ    |
| สารบัญภาพ                                     | ฐ    |
| บทที่ 1 บทนำ                                  | 1    |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา                 | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา                   | 3    |
| 1.3 สมมติฐานของการศึกษา                       | 3    |
| 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ                         | 3    |
| 1.5 ขอบเขตการศึกษา                            | 4    |
| 1.6 กรอบแนวคิด                                | 5    |
| 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ                           | 6    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 7    |
| 2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจ                          | 7    |
| 2.2 แนวคิดแรงจูงใจการท่องเที่ยว               | 18   |
| 2.3 แนวคิดด้านคุณภาพการบริการ                 | 22   |
| 2.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด                 | 24   |
| 2.5 แนวคิดขนาดแผนไทย                          | 26   |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                     | 29   |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา                   | 32   |
| 3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล                      | 32   |
| 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง                   | 32   |
| 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล         | 36   |
| 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล                   | 37   |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล             | 38   |

สารบัญ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการศึกษา  | 44   |
| 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง  | 44   |
| 4.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>กับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ                       | 48   |
| 4.3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย<br>ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยแยกตามปัจจัย 5 ด้าน | 58   |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ   | 100  |
| 5.1 สรุปผล  | 100  |
| 5.2 อภิปรายผล   | 118  |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ  | 123  |
| บรรณานุกรม  | 124  |
| ภาคผนวก   | 129  |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถามภาษาอังกฤษ   | 130  |
| ภาคผนวก ข แบบสอบถามภาษาญี่ปุ่น  | 135  |
| ภาคผนวก ค แบบสอบถามภาษาจีน  | 139  |
| ภาคผนวก ง แบบสอบถามฉบับแปลภาษาไทย   | 143  |
| ประวัติผู้เขียน   | 147  |

สารบัญตาราง

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง  | 45   |
| 4.2.1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการบริการ                                    | 49   |
| 4.2.2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านผู้ให้บริการ                                 | 51   |
| 4.2.3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านการส่งเสริมการตลาด                       | 52   |
| 4.2.4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านราคา   | 52   |
| 4.2.5 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านราคา                                   | 53   |
| 4.2.6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ     | 54   |
| 4.2.7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านราคา                                  | 55   |
| 4.2.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>กับคุณลักษณะผู้ให้บริการนวดแผนไทย            | 56   |
| 4.3.1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ            | 59   |
| 4.3.2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านการบริการ                          | 61   |
| 4.3.3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ      | 63   |
| 4.3.4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านผู้ให้บริการ                       | 65   |
| 4.3.5 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านการส่งเสริมการตลาด                 | 66   |
| 4.3.6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านการบริการ                     | 67   |
| 4.3.7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ | 69   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4.3.8 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านผู้ให้บริการ                  | 71   |
| 4.3.9 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการส่งเสริมการตลาด                | 72   |
| 4.3.10 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านราคา                         | 73   |
| 4.3.11 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการบริการ                         | 74   |
| 4.3.12 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ | 76   |
| 4.3.13 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านผู้ให้บริการ                  | 78   |
| 4.3.14 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการส่งเสริมการตลาด                | 79   |
| 4.3.15 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านราคา                          | 80   |
| 4.3.16 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการบริการ                            | 81   |
| 4.3.17 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านผู้ให้บริการ                     | 83   |
| 4.3.18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการส่งเสริมการตลาด                   | 84   |
| 4.3.19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการบริการ                           | 85   |
| 4.3.20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ   | 87   |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4.3.21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านผู้ให้บริการ                         | 89   |
| 4.3.22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการส่งเสริมการตลาด                       | 90   |
| 4.3.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านราคา                                 | 91   |
| 4.3.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทั่วไปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการบริการ                         | 92   |
| 4.3.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทั่วไปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ | 94   |
| 4.3.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทั่วไปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านผู้ให้บริการ                  | 96   |
| 4.3.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทั่วไปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในการส่งเสริมการตลาด                | 97   |
| 4.3.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทั่วไปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ<br>ในด้านราคา                          | 98   |
| 4.3.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ   | 99   |

## สารบัญภาพ

| รูป  | หน้า |
|--|------|
| 1 The Graphic Scales   | 15   |
| 2 The Delighted – Terrible Scales  | 16   |
| 3 The Face Scales  | 17   |
| 4 แสดงสถานที่ตั้งสถานประกอบการนวดแผนไทย<br>ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ | 33   |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมากกว่ารายได้จากการส่งออกสินค้าประเภทอื่นๆ นับว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาประเทศ มีการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการจ้างงานหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือด้วยมีทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีที่หลากหลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สำคัญและยังทำให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การเติบโตด้านรายได้จากการท่องเที่ยวจึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

ภาคธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวมีหลายธุรกิจด้วยกัน ซึ่งแต่ละธุรกิจนั้นก็มีความสำคัญไม่แตกต่างจากการบริการอื่นๆ ที่ต้องสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ซึ่งระดับความพึงพอใจสามารถบอกถึงระดับอารมณ์ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการนั้นอย่างไร ในทางกลับกันความพึงพอใจยังเป็นการสะท้อนถึงสถานะการดำเนินงานทางธุรกิจในปัจจุบันและยังทำให้มองเห็นทิศทางของธุรกิจในอนาคตได้อีกด้วย ในภาพรวมอาจแสดงนัยถึงความเป็นไปได้ในการกลับมาใช้บริการอีก ที่จะเป็นตัวชี้วัดถึงการขยายโครงสร้างของธุรกิจในด้าน การเพิ่มขึ้นของอัตราการหมุนเวียนการให้บริการและการเติบโตทางการเงินที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เพื่อเกิดการพัฒนาและปรับตัวตามรูปแบบการบริการให้มีเอกลักษณ์เฉพาะและเกิดการพัฒนาคูณภาพการบริการเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจให้สูงขึ้นเป็นวงจรตามระบบเศรษฐกิจ ถ้าหากระดับอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการนั้นไม่สอดคล้องต่อกลไกการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาในอีกหลายด้าน ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจนั้นไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง อีกทั้งยังส่งผลเสียต่อธุรกิจภาพรวมที่ไม่สามารถแข่งขันและเกิดการพัฒนาธุรกิจให้ทันตามภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาคเดียวกัน ที่หลายประเทศพยายามสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันกันในด้านอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะธุรกิจบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่ในปัจจุบันมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบริการเชิงสุขภาพและการแพทย์ในเอเชีย (Health Service Capital of Asia) โดยได้กำหนดเมืองที่มีศักยภาพนำร่อง 4 เมืองคือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และเชียงใหม่ รัฐบาลได้สนับสนุนให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ซึ่งธุรกิจบริการเชิงสุขภาพเป็นระบบบริการด้านสุขภาพแนวใหม่ โดยเน้นเป้าหมายสร้างมูลค่าเพิ่มจากการบริการสุขภาพให้มีบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานมากขึ้น มุ่งเป้าหมายการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย ซึ่งธุรกิจนวดแผนไทยเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลในการสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับแรงงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการ โดยส่งเสริมให้ธุรกิจนวดแผนไทยสามารถเพิ่มมูลค่าทางสินค้า (Value Added) มุ่งเห็นว่าการปรับปรุงและการพัฒนาธุรกิจนวดแผนไทยสามารถสร้างรายได้ให้แก่ระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น สามารถเพิ่มรายได้การนำเข้าเงินตราจากต่างประเทศและเพิ่มมูลค่าทางการตลาด จากปัจจัยที่เอื้ออำนวยในด้านต่างๆ จึงทำให้ธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงทำให้สถานประกอบการนวดแผนไทยกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่บริเวณในอำเภอเมืองซึ่งเป็นทั้งศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้า แหล่งท่องเที่ยว ทำให้สถานประกอบการแต่ละแห่งใช้กลยุทธ์ด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด จึงทำให้ธุรกิจนวดแผนไทยเข้าสู่ภาวะการแข่งขันกันสูงขึ้น ดังนั้นสถานประกอบการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องลดต้นทุนในด้านอื่นเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ จึงอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐานและข้อจำกัดของธุรกิจบริการสำหรับนักท่องเที่ยวมักเป็นไปตามฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาจำกัดเมื่อเทียบกับการบริการอื่นๆ (สรุปสถานการณ์ธุรกิจสุขภาพจังหวัดเชียงใหม่, 2550)

ความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในธุรกิจบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจนั้นยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงคุณภาพของการบริการและเป็นเป้าหมายเบื้องต้นของการประกอบธุรกิจบริการอย่างเช่น ธุรกิจนวดแผนไทย ซึ่งความพึงพอใจนี้ยังสามารถนำไปสู่การขยายตัวของธุรกิจและเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงต่อการสร้างผลกำไรให้กับสถานประกอบการอีกด้วย นอกจากนี้ความพึงพอใจยังเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของธุรกิจนวดแผนไทยในอนาคต และยังเป็นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในทางบวกต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และประเทศไทยอีกด้วย ผู้วิจัยจึงได้เห็นความสำคัญของการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถนำไปสู่การชี้วัดถึงระดับคุณภาพมาตรฐานการบริการและศักยภาพในการรองรับของสถานประกอบการในการ



จัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ เพื่อการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม  
นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดการธุรกิจนวดแผนไทยต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผน  
ไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 สมมติฐานของการศึกษา

1.3.1 เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจด้านการบริการแตกต่างกัน

1.3.2 เพศที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการส่งเสริม  
การตลาดแตกต่างกัน

1.3.3 ความแตกต่างของเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาแตกต่างกัน

1.3.4 ความแตกต่างของอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่มีผลต่อความเห็นเกี่ยวกับการ  
ให้ความสำคัญด้านราคา

1.3.5 ความแตกต่างของกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่แตกต่างกัน

1.3.6 กลุ่มอาชีพของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อความแตกต่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัย  
ด้านราคา

1.3.7 ลักษณะที่ต่างกันของผู้ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวด  
แผนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

1.4.2 สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา  
ปรับปรุง แก้ไข ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผน  
ไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

### 1.5 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการทำการศึกษาครั้งนี้คือ สถานประกอบการนวดแผนไทยที่เปิดให้บริการในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข โดยให้บริการนวดแผนไทยเป็นการบริการหลักของสถานประกอบการจำนวน 34 แห่ง

#### ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยจากสถานประกอบการ 34 แห่งที่เปิดให้บริการในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2550 โดยวิธีการเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 ตัวอย่าง

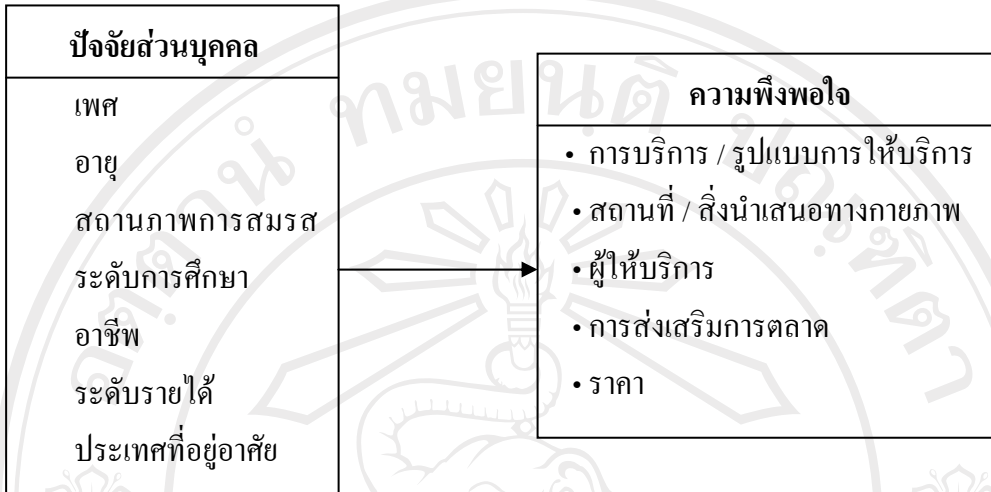
#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยจากสถานประกอบการ 34 แห่งในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อหาครอบคลุมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ประเทศที่อยู่อาศัย ที่มีต่อตัวแปรตามคือระดับความพึงพอใจในด้านการบริการและรูปแบบการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

## 1.6 กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



### 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ความพึงพอใจ** หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

**นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาจากประเทศอื่นเพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

**การนวดแผนไทย** หมายถึง การนวดแผนไทยเพื่อการส่งเสริมสุขภาพหรือการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า ความเครียด โดยมีผู้ให้บริการใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกายคือ มือ ท่อนแขน ศอก สันเท้า ตามศาสตร์การนวดแผนไทยโดยไม่มีการใช้ผลิตภัณฑ์หรือวัสดุอื่นในการประกอบการให้บริการ

**การบริการและรูปแบบการให้บริการ** การบริการหมายถึง การนวดแผนไทยในสถานประกอบการ รูปแบบการให้บริการหมายถึง วิธีการหรือขั้นตอนการให้บริการในสถานประกอบการนวดแผนไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นำปัจจัยด้านการบริการและด้านรูปแบบการบริการ รวมไว้เป็นปัจจัยเดียวกันเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล

**สถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ** สถานที่หมายถึง ที่ตั้ง สภาพโดยทั่วไปและพื้นที่ประกอบการให้บริการนวดแผนไทย สิ่งนำเสนอทางกายภาพ หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะและเป็นรูปธรรมที่บ่งบอกถึงตราสินค้าเพื่อเป็นสัญลักษณ์ประกอบการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นำปัจจัยด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ รวมไว้เป็นปัจจัยเดียวกันเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล

**ผู้ให้บริการ** หมายถึง บุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการนวดแผนไทย ประกอบด้วย ผู้ให้บริการนวดแผนไทย ผู้ให้บริการส่วนต้อนรับ

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การบริการเสริมอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยแวดล้อมในการประกอบการให้บริการนวดแผนไทย

**ราคา** หมายถึง อัตราค่าบริการที่สถานประกอบการนวดแผนไทยกำหนดไว้เพื่อแลกเปลี่ยนเป็นค่าบริการ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดแรงจูงใจการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดด้านคุณภาพการบริการ
- 2.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
- 2.5 แนวคตินวดแผนไทย
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจ

##### 2.1.1 ความหมายและคำจำกัดความของความพึงพอใจ

คำว่า “พึงพอใจ” ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 (2546) ได้อธิบายว่าเป็นคำวิเศษณ์ คุณศัพท์หรือกริยาวิเศษณ์ หมายถึง รัก ชอบใจ ส่วนพจนานุกรมฉบับมติชน (2547) นั้นความหมายของคำว่า “พึงพอใจ” หมายถึง พอใจ ซึ่งในภาษาอังกฤษคำว่า “พึงพอใจ” คือคำว่า “Satisfy” หมายถึง พึงพอใจหรือทำให้พอใจ ส่วนคำว่า “ความพึงพอใจ” ในพจนานุกรมอังกฤษ – ไทย ฉบับห้องสมุด (2541) ภาษาอังกฤษตรงกับคำว่า “Satisfaction” เป็นคำนาม หมายถึง ความพอใจหรือการทำให้พอใจ โดยทั่วไปแล้วคำว่า ความพึงพอใจ มักจะเป็นคำที่ขยายความหมายส่วนหลังของคำในประโยคเดียวกันที่แสดงถึงภาวะทางอารมณ์ให้ชัดเจนขึ้น ซึ่งคำว่าความพึงพอใจเป็นการสื่อความหมายทางอารมณ์ ความรู้สึก ดังนั้นความหมายจึงขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ในการสื่อความหมายทางอารมณ์ และไม่มี ความหมายที่ชัดเจน ไม่มีลักษณะที่เป็นรูปธรรม ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมาย คำจำกัดความและการนำไปใช้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

### 2.1.2 ความพึงพอใจด้านจิตวิทยา

นักจิตวิทยาด้านพฤติกรรมได้อธิบายคำจำกัดความคำว่า “ความพึงพอใจ” ในทางจิตวิทยาว่าหมายถึง ลักษณะของการกระทำ พฤติกรรมที่แสดงออกทางด้านอารมณ์ของมนุษย์ที่เป็นความรู้สึกสามารถสังเกตได้จากภายนอกและภาวะทางอารมณ์ภายในจิตใจที่ไม่สามารถสังเกตได้ โดยแยกอารมณ์ออกเป็นกลุ่มหลักคือ อารมณ์ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ เช่น ความรัก ความชอบ ความดีใจ ความพอใจ และอารมณ์ที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ เช่น ความโกรธ ความกลัว เป็นต้น ซึ่งอารมณ์แต่ละชนิดมีลักษณะแตกต่างกันไปตามความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนอง แล้วแสดงออกทางพฤติกรรม ซึ่ง Baker and Crompton (2000) มีความเห็นว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์นั้นก็คือความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้คุลยภาคภายในร่างกายของมนุษย์ เมื่อมนุษย์พยายามที่จะขจัดอารมณ์หรือพฤติกรรมดังกล่าว โดยการค้นหาสิ่งที่ต้องการเพื่อได้รับความพึงพอใจสำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้น Eccless and Durand (1997) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าความพึงพอใจเป็นการประเมินตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ใช้เกณฑ์ในการตัดสินความพึงพอใจแตกต่างกันตามสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการแสดงออกทางด้านอารมณ์ก็จะแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวบางคนอาจมีความไม่พึงพอใจในการบริการแต่อยู่ในสภาวะที่สามารถยอมรับได้ โดยไม่มีการแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่สามารถสังเกตได้จากภายนอกหรืออีกด้านหนึ่งนักท่องเที่ยวบางคนอาจเกิดความพึงพอใจในการบริการแต่ไม่แสดงออกทางด้านอารมณ์ที่สามารถสังเกตได้จากภายนอกได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งในทางกลับกันนักท่องเที่ยวบางคนอาจแสดงออกทางด้านอารมณ์ของความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจให้เห็นอย่างชัดเจนจากลักษณะสีหน้า ท่าทางและคำพูดได้เช่นกัน ดังนั้นแต่ละบุคคลจะมีความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการบริการเดียวกันย่อมแตกต่างกันออกไปตามจุดประสงค์ อย่างไรก็ตามความต้องการนั้นจะได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้เพียงพอหรือไม่ ในด้านจิตวิทยาการท่องเที่ยวได้อธิบายลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ขั้นตอน (Hierarchy of Human Needs) ด้วยทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory) ของมาสโลว์ว่าประกอบด้วยความต้องการ 5 ประการ (จิตวิทยาทั่วไป, 2543)

1. ความต้องการด้านกายภาพ คือความจำเป็นต่อร่างกายและการดำรงชีวิต
2. ความต้องการความปลอดภัย คือความปลอดภัยต่อร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สิน
3. ความต้องการได้รับการยอมรับในสังคม คือได้รับการยอมรับจากเพื่อนและสังคม
4. ความต้องการการยกย่องนับถือ คือความต้องการมีชื่อเสียง ความรู้ความสามารถความสำเร็จ

5. ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต คือความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดหรือสิ่งที่ตั้งความปรารถนาสูงสุด

ทักษิณา คุณารักษ์ (2546) ได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับการแสดงลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์กับนักท่องเที่ยว โดยเห็นว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทาง ก็ต่อเมื่อความต้องการระดับล่างหรือความต้องการเบื้องต้นได้รับการตอบสนองแล้ว จึงพยายามที่จะสนองความต้องการในลำดับขั้นต่อไป

### 2.1.3 ความพึงพอใจด้านมานุษยวิทยา

Bushell (2000) ได้อธิบาย ความพึงพอใจด้านมานุษยวิทยาใน Encyclopedia of Tourism ถึงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจการให้บริการทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะการให้บริการนั้นเกี่ยวข้องต่อระบบเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งจะสอดคล้องเชื่อมโยงสู่การส่งผลกระทบต่อที่เกิดจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมทางสังคม วิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เกิดจากการปรับตัวทางด้านเศรษฐกิจและสังคมนั้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยว ในด้านปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิต สิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงระยะเวลาที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ในด้านมานุษยวิทยาพยายามจะอธิบายนักท่องเที่ยวในบทบาทของผู้มาเยือนและมุ่งศึกษาด้านผลกระทบที่เกิดจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นสามารถเกิดขึ้นจากการเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในระดับเพื่อการเรียนรู้สังคมที่แตกต่างหรือเพื่อการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์ในเชิงลึกก็ตาม

### 2.1.4 ความพึงพอใจด้านการตลาด

ทางด้านตลาดมักจะอธิบายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยคำว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่ง Gallarza ได้อธิบายคำจำกัดความคำว่า Customer Satisfaction ไว้ใน Encyclopedia of Tourism (2000) ว่าหมายถึงผลลัพธ์ทางบวกของการบริการที่ดี เมื่อความคาดหวังของลูกค้าเชื่อมโยงกับพฤติกรรม ความต้องการเช่น แรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการใช้บริการทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่ง Kotler and Armstrong (1999) กล่าวเกี่ยวกับ ความคาดหวังของผู้ซื้อถึงการปฏิบัติของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจและถ้าการปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกับความคาดหวังผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจและถ้าการปฏิบัติเกินกว่าความคาดหวังผู้ซื้อจะรู้สึกประทับใจ ส่วน Tse and Wilton (1988) ได้กล่าวว่าการจำกัดความของ ความพึงพอใจหมายถึงปฏิกริยาการตอบสนองของผู้บริโภคที่ได้รับจากการบริการเกิดขึ้นระหว่าง ความคาดหวังก่อนการ

ใช้บริการโดยใช้หลักเกณฑ์จากประสบการณ์ในอดีตและการปฏิบัติจริงจากผลิตภัณฑ์ ในช่วงขณะรับบริการ ซึ่งการตอบสนองของผู้บริโภคนั้นเป็นขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจการบริการว่าจะสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจได้หรือไม่ โดยเป็นความสัมพันธ์กันระหว่างผู้บริโภคและขั้นตอนของการบริการ ซึ่งการประเมินการบริการดังกล่าวนี้ อาจมีแนวโน้มของความพยายามที่ผู้ใช้บริการจะเกิดการสนับสนุนการบริการอื่นๆ ที่ต่อเนื่องกัน โดยการเพิ่มปริมาณหรือจำนวนการซื้อที่สามารถสร้างผลกำไรต่อธุรกิจได้ หากความพึงพอใจและความประทับใจเกิดขึ้นหลังจากการใช้บริการ อาจเป็นแรงจูงใจกระตุ้นทำให้เกิดการรับรู้ ความต้องการใช้บริการในครั้งต่อไป ทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าที่มีความคุ้นเคยประสบการณ์ที่พึงพอใจในการบริการอาจมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีกหรือเกิดการซื้อซ้ำในอนาคตได้ ซึ่งในขณะเดียวกัน Anderson and others (1994) กล่าวว่าหากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต่อการบริการก็ย่อมส่งผลกระทบต่อทัศนคติในด้านลบของลูกค้า ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้ประกอบการต้องติดตาม ฝ้าสังเกต เพราะความพึงพอใจจะเกิดขึ้นจากส่วนประกอบที่แตกต่างกันตามการนึกคิด การรับรู้ของลูกค้าจากการใช้บริการในสถานบริการนั้นๆ เช่นเดียวกับ Oliver and Desarbo (1988) ซึ่งได้แยกระดับของความพึงพอใจไว้ 3 ระดับ คือ (1) ด้านลบจะเกิดขึ้นเมื่อระดับการบริการที่ได้รับมีระดับสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ (2) ส่วนระดับกลางเกิดขึ้นเมื่อระดับการบริการที่ได้รับเท่ากับ ความคาดหวัง (3) ด้านลบจะเกิดขึ้นเมื่อระดับการบริการที่ได้รับมีระดับต่ำกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ส่วนความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับรู้ถึงภาวะอารมณ์หรือได้รับการปฏิบัติจากการบริการไม่พบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยทั่วไปแล้ว Oliver and Desarbo (1988) กล่าวว่า จะเกิดขึ้นได้จาก 3 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือการบริการไม่ได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามความคาดหวัง
2. การสื่อสารอาจเกิดการผิดพลาดในขั้นตอนการปฏิบัติหรือขั้นตอนของการให้บริการ
3. พนักงานที่ให้บริการได้รับการฝึกหัดหรือมีคุณสมบัติไม่เพียงพอจึงทำให้การบริการไม่ได้คุณภาพ

ประเด็นด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่สามารถชี้วัดว่าสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้นๆ ได้ตอบสนองตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่และทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความต้องการที่จะบริโภคสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการนั้นในครั้งต่อไป ซึ่งธุรกิจจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่จะสามารถทำให้เกิดความไม่พึงพอใจที่อาจเป็นอุปสรรค



ต่อการดำเนินธุรกิจเพราะการอุปถัมภ์จากลูกค้าสามารถสนับสนุนธุรกิจให้ดำเนินต่อไป ถ้าหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่โดยการประชาสัมพันธ์คำแนะนำจากผู้อื่น (Word of Mouth) ที่สามารถช่วยเสริมด้านชื่อเสียงของธุรกิจได้ และยังสามารถเพิ่มสัดส่วนในการทำกำไรให้กับธุรกิจอีกด้วย ซึ่ง Williams and Buswell (2003) กล่าวว่าความสำเร็จของธุรกิจสามารถวัดได้จากระดับความพึงพอใจของลูกค้าและวัดจากคุณภาพการบริการ การจัดระบบการให้บริการและการติดตามประเมินผล เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นและยังสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ดังนั้นความพึงพอใจทางการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจบริการ ซึ่งมีนักการตลาดกล่าวว่าเป้าหมายในการประกอบธุรกิจก็คือความสามารถในการทำกำไร และเป้าหมายของลูกค้าก็คือความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ (วารินทร์ สิ้นสูงสุดและวันทิพย์ สิ้นสูงสุด, 2546 ; Augustyn and others 1998 ; Atila Yuksel and Fisun Yuksel, 2001 ; Woodruff and others, 1983)

ความเชื่อมโยงระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ให้บริการนั้น เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการ ถ้าผู้ให้บริการมีสวัสดิการที่ดีสามารถเชื่อมโยงไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้และยังสามารถกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการที่สามารถทำให้ความไม่พึงพอใจของลูกค้าไม่เกิดขึ้นได้เช่นกัน ความสัมพันธ์กันระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีจะไม่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจในตนเองเดียวกันเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจ ผู้ให้บริการก็มีความพึงพอใจด้วยเช่นกัน ส่วน Kotler and Others (2003) ได้กล่าวอ้างถึง Reichheid (1997) ที่อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ให้บริการและคุณภาพการบริการว่ามีความสัมพันธ์กันกับอัตราหมุนเวียนการให้บริการของพนักงานว่าถ้าการให้บริการในระดับต่ำแก่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจหรือมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อธุรกิจได้ แต่ทั้งนี้ Kotler and Others (2003) ได้อ้างถึง John Tschohl (1999) ว่าเมื่อลูกค้ากล่าวถึงคุณภาพการบริการ ลูกค้ามักจะหมายถึงความชำนาญของผู้ให้บริการ ความสุภาพในการให้บริการ ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ให้บริการสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้เช่นกัน ถ้าผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับสูงย่อมส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการมีระดับสูงด้วยเช่นกัน ซึ่ง Ryan (1997) ยังได้กล่าวถึงการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า 5 ประการดังนี้

1. มีความชำนาญด้านเทคนิคและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีทัศนคติที่ดีต่องานและยินดีให้บริการแก่ลูกค้า
3. ประสานงานและทำงานร่วมกันระหว่างพนักงานและผู้บริหาร

#### 4. มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการได้ดี

##### 5. สามารถจัดการความไม่พึงพอใจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นความพึงพอใจทางการตลาด ก็คือความพยายามเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการแบ่งกลุ่มตามพฤติกรรมอย่างชัดเจน ซึ่งการเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวก็เพื่อสามารถให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเพื่อทำกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

#### 2.1.5 ความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยว

Bushell (2000) ได้อธิบายคำจำกัดความคำว่า Satisfaction หรือความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวไว้ใน Encyclopedia of Tourism ว่าหมายถึงความคาดหวังที่เป็นสัญลักษณ์บ่งบอกหรือการแสดงถึงการตั้งเป้าหมายที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาศัย กิจกรรมทางการท่องเที่ยวและองค์ประกอบอื่นๆ ที่สำคัญในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอีกด้วย ความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์กับแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาและความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์ ซึ่งแนวคิดทั้งหลายเหล่านี้ได้อธิบายถึงบุคลิกลักษณะการเดินทาง โดยมีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวของกลุ่มคนที่สัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการวัดระดับความพึงพอใจเป็นความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างซับซ้อน มีความหลากหลาย อีกทั้งยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจเกิดขึ้นก่อนเดินทาง ระหว่างการท่องเที่ยวและหลังจากการท่องเที่ยว ซึ่ง Jones and Suh (2000) กล่าวว่าบริการทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลายปัจจัยที่จะทำให้การบริการมีลักษณะเป็นรูปธรรม ในขณะเดียวกัน Rittichainuwat and Others (2002) ได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่าในขณะที่นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนนั้น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจมาจากพื้นฐานประสบการณ์ในอดีตเปรียบเทียบกับระหว่างความคาดหวังก่อนการเดินทางและการประเมินผลหลังการเดินทางซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีทัศนคติ ความเข้าใจต่อแหล่งท่องเที่ยวมีมุมมองที่แตกต่างกัน ดังนั้นหน้าที่ของผู้ให้บริการและการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่ง Reisinger and Turner (2000) กล่าวถึงความพึงพอใจโดยอ้างอิงถึงพฤติกรรมหลังการซื้อว่าคุณภาพบริการที่ดีสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวมีข้อจำกัดน้อยลงในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในครั้งต่อไป อีกทั้งยังสัมพันธ์กับบริการอื่นๆ ของธุรกิจอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Barsky and Labagh (1992) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจยังเชื่อมโยงสู่ความเต็มใจและมุ่งมั่นที่จะกลับมาซื้อบริการอีก ในขณะที่ Heung and others (2002) ได้อ้างถึง Dube and others

(1994) กล่าวเพิ่มเติมว่าลักษณะการบริการที่ดีนั้นมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ ซึ่งผู้ประกอบการควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการบริการที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวโดยใช้ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดเป้าหมายในการทำธุรกิจ

## สรุป

จากความหมายและคำจำกัดความพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางอารมณ์ ความรู้สึก ด้านจิตใจไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เกิดการรับรู้ถึงความต้องการและค้นหาข้อมูลเพื่อสนองต่อความต้องการนั้นๆ มีการประเมินผลทางเลือกที่มีอยู่ซึ่งก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อและเกิดพฤติกรรมภายหลังการซื้อ การวัดระดับจากการใช้บริการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเกิดจากการเปรียบเทียบจากประสบการณ์ในอดีต ทศนคติหรืออารมณ์ ความรู้สึกในขณะที่รับบริการหรือที่เกิดขึ้นหลังจากรับบริการแล้ว โดยการสื่อความหมายทางอารมณ์ออกมาเป็นพฤติกรรม ความรู้สึกที่สังเกตได้และอารมณ์ที่อยู่ภายในจิตใจ โดยมีหลักเกณฑ์ส่วนบุคคลในการวัดความพึงพอใจ อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ในการส่งคุณค่าและสื่อความหมาย ซึ่งโดยทั่วไปแล้วความหมายที่เข้าใจตรงกันคือ ความพึงพอใจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังการซื้อ ถึงแม้จะมีความพยายามให้คำจำกัดความของความพึงพอใจไว้มากมาย แต่ก็ยังขาดความชัดเจนในความหมายที่แท้จริงและเป็นสิ่งที่ยากจะอธิบาย ดังนั้นการให้ความหมายของคำว่าความพึงพอใจจึงมีความหมายที่หลากหลายแนวทางและการอธิบายความหมายยังเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันในหลายสาขาคงที่ได้กล่าวไปแล้ว

### 2.2.1 แนวคิดการวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจที่มีต่อการบริการนั้น Williams and Buswell (2003) ได้อ้างถึง Miller (1977) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจในการบริการหรือการพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่สามารถวัดได้จากลักษณะการบริการดังนี้ (1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (2) การให้บริการอย่างรวดเร็ว (3) การให้บริการอย่างเพียงพอต่อความต้องการ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (5) การให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ซึ่งการศึกษาด้านการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวนั้น Maddox (1985) ได้เสนอแนวคิดพื้นฐานของการวัดความพึงพอใจที่นำเสนอโดย Day (1997) ว่ามี 2 ลักษณะคือ

1. การประเมินทางจิตวิทยาโดยเห็นว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการยืนยัน (Confirmation) ความคาดหวังที่เกิดขึ้นและการเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจากการบริการ
2. การประเมินตามทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory Interpretation of Satisfaction) เป็นการอ้างอิงทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์ เมื่อผู้บริโภคต้องการบรรลุความพึงพอใจตามการเกิด

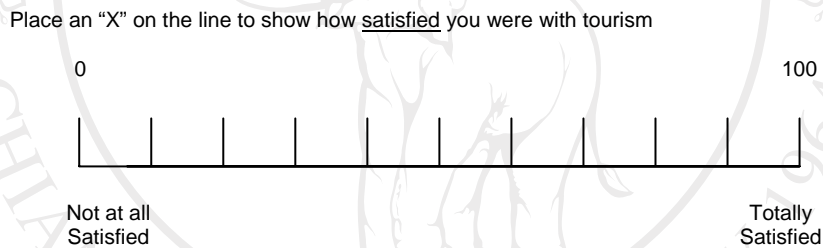
อรรถประโยชน์สูงสุด โดยการนำความคาดหวังมาเปรียบเทียบกับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจ

Czepiel and Others (1974) กล่าวว่านิสิตนักวิชาการบางกลุ่มได้เสนอแนวทางการวัดความพึงพอใจมี 2 ระดับคือ (1) ความพึงพอใจลักษณะเฉพาะของการบริการ (2) ความพึงพอใจโดยรวมของการบริการ และจากเหตุผลที่ว่ามนุษย์มีความต้องการสินค้าหรือบริการ เมื่อความต้องการนั้นได้พัฒนาเป็นความอยากได้ มนุษย์จึงต้องใช้ความพยายามในการจัดหาสิ่งนั้นมาสนองความต้องการ และแสดงออกเป็นพฤติกรรมกระทำต่างๆ เพื่อบรรลุตามเป้าหมายจนสามารถประเมินภาวะทางอารมณ์เพื่อเกิดความพึงพอใจ เมื่อมนุษย์ได้รับสิ่งที่มาตอบสนองความต้องการและความอยากได้แล้ว ความพึงพอใจที่มีอยู่นี้จะค่อยๆ ลดลงตามลำดับจนในที่สุดก็จะเกิดความต้องการและความอยากได้สิ่งใหม่ขึ้นมาแทนที่ ซึ่งทำให้เกิดเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์มีความพยายามที่จะกระทำจนบรรลุเป้าหมายเป็นวงจรในลักษณะเช่นนี้ต่อไปเรื่อยๆ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2546) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจของลูกค้า คือ การประเมินผลการปฏิบัติงานของสินค้าและบริการ ซึ่งการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระบบการติดตาม ข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าเพื่อนำมาประเมินผลการปฏิบัติงานและวางแนวทางการจัดการทรัพยากรบุคคลในการส่งมอบสินค้าหรือบริการ การวัดความพึงพอใจที่มีประสิทธิภาพนั้นสามารถช่วยปรับปรุงระบบบริหารงานและผลการดำเนินงานได้ รวมทั้งประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยเช่นกันและคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า พยายามรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ เพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการที่มีอยู่ การคาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้าล่วงหน้าตามภาวะเศรษฐกิจสามารถเพิ่มโอกาสในการทำกำไรได้ก่อนคู่แข่ง สร้างกลยุทธ์ในการจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการ ปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรและการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการวัดความพึงพอใจในเชิงคุณภาพการบริการจึงเพิ่มความหมายเข้าไปทั้งในดัชนีเชิงปริมาณและการวัดเชิงคุณภาพ โดยการวัดความพึงพอใจเพื่อวิเคราะห์ถึงคุณสมบัติสินค้าหรือการบริการได้จากดังนี้ (1) สามารถตอบสนองความต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวัง (2) ปฏิสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ (3) วิธีการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบธุรกิจและผู้ให้บริการ ซึ่งผลที่ได้จากการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำมากำหนดทิศทาง การปรับปรุงคุณภาพขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ซึ่ง Sweeney and Soutar (2001) อ้างถึง Parasuraman (1997) ได้อธิบายว่าการวัดความพึงพอใจมีโครงสร้างที่หลากหลาย ผลลัพธ์หรือบทสรุปที่ได้ก็คือการแปรผันตามการเปรียบเทียบคุณค่าตามความเข้าใจของผู้บริโภคเอง

### 2.2.2 การวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยว

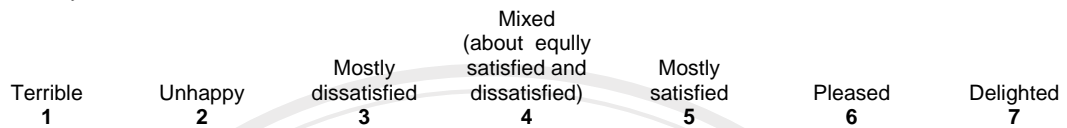
งานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวนั้นเป็นความเกี่ยวข้องกับลักษณะพฤติกรรมส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยแวดล้อม และขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่ง Atila Yuksel and Fisun Yuksel (2001) กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวประกอบขึ้นด้วยหลายปัจจัย วิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวจึงมีโครงสร้างที่ซับซ้อนหลากหลาย ดังนั้นวิธีการวัดความพึงพอใจทางด้านการวิชาการจึงแตกต่างกันไป ซึ่ง Danaher and Haddrell (1996) กล่าวเพิ่มเติมว่าโดยหลักแล้วการวัดความพึงพอใจที่นำไปใช้ในงานวิจัยเชิงวิชาการมักจะแยกออกเป็นการวัดตามตัวแปรที่มีอยู่ 2 แบบคือ (1) วัดตัวแปรเชิงเดี่ยวหรือ Single-Item Scale (2) การวัดตัวแปรเชิงสัมพันธ์หรือ Multi-Item Scale ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนั้นๆ ที่จะเลือกใช้ ซึ่ง Neil (1985) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้ววิธีที่นิยมและมักนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยมีดังนี้



รูปที่ 1 : The Graphic Scales. Maddox Neil. "Measuring Satisfaction with Tourism". **Journal of Travel research.** (1985) : 4.

1. The Graphic Scale เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยใช้มาตรวัดเชิงรูปภาพ ซึ่งมักนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับผู้บริโภคและความพึงพอใจในชีวิต โดยการอธิบายความพึงพอใจในช่วงของคะแนนแทนความรู้สึกถึงความพึงพอใจ โดยแบ่งช่องทั้งหมด 10 ช่องในแต่ละช่องคะแนน ช่องละ 10 คะแนนรวมทั้งหมด 100 คะแนนเพื่อใช้วัดระดับความพึงพอใจ ซึ่งวิธีนี้ Neil (1985) กล่าวว่ายังขาดความถูกต้องแม่นยำในการวัดและการอธิบายความพึงพอใจ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์และตีความได้ไม่ชัดเจนเพราะมีช่วงของการให้ความหมายที่กว้างเกินไป

How did you feel about tourism at that time ?



รูปที่ 2 : The Delighted – Terrible Scales. Maddox Neil. “Measuring Satisfaction with Tourism”.

**Journal of Travel research.** (1985) : 4.

2. The Delighted – Terrible Scale หรือ D-T Scale เป็นวิธีวัดที่คิดค้นขึ้น โดย Andrews and Withey ปี ค.ศ.1976 ซึ่งเป็นนักวิจัยทางด้านสังคมวิทยาได้ศึกษาและค้นพบวิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวที่ถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ วิธี D-T Scale นี้เป็นวิธีการอธิบายความพึงพอใจโดยใช้ภาษาในการอธิบายความรู้สึกแบ่งออกเป็น 7 ตัวเลือก ซึ่งแต่ละตัวเลือกได้บ่งบอกถึงอารมณ์ ความรู้สึก แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น

- (1) Terrible ความรู้สึกแย่มาก ไม่พึงพอใจเป็นอย่างมาก
- (2) Unhappy ความรู้สึกไม่มีความสุข ค่อนข้างไม่พึงพอใจ
- (3) Mostly Dissatisfied ความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ
- (4) About equally satisfied and unsatisfied ความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากัน
- (5) Mostly Satisfied ความรู้สึกค่อนข้างพอใจ
- (6) Pleased รู้สึกชอบ ถูกใจและเป็นที่ต้องการ ความรู้สึกพึงพอใจ
- (7) Delighted ความรู้สึกประทับใจและรู้สึกพึงพอใจเป็นอย่างมาก

Westbrook (1980) กล่าวว่า Day (1977) ได้อ้างถึงข้อดีของการวัดความพึงพอใจโดยใช้วิธี D-T Scale ไว้ดังนี้

1. เป็นวิธีที่คำนึงถึงการสื่อสารด้านการแสดงความรู้สึกของกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างในการประเมินผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการสามารถนำมาวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นด้านอุปสงค์หรือความต้องการ คุณลักษณะของการบริการที่ดี ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และนำมาวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการนำเสนอต่อลูกค้า

2. การใช้ภาษาในการอธิบายแทนความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถอธิบายถึงผลลัพธ์ของการใช้บริการได้ชัดเจนและสามารถเข้าใจ มองเห็นกระบวนการที่เป็นโครงสร้างของความพึงพอใจได้ชัดเจน

3. มีลำดับขั้นของคำตอบที่เหมาะสมมากกว่าวิธีอื่นๆ

ดังนั้นวิธีการวัดความพึงพอใจแบบ D-T Scale จึงถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจในงานวิจัยทางการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่ง Danaher and Vanessa (1996) กล่าวว่าวิธีการวัดนี้ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือโดย Andrews and Withey (1976) ว่าเป็นวิธีที่น่าเชื่อถือในการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนั้น Maddox (1985) กล่าวว่าวิธีการวัดโดยใช้ D-T Scale เป็นมาตรวัดที่ดีที่สุดเช่นกันในการใช้ศึกษาการประเมินความพึงพอใจเมื่อนำไปใช้กับผู้บริโภคและยังสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงรูปแบบให้สอดคล้องการศึกษาวิจัยในสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้

Mark the face that shows how you felt.



รูปที่ 3 : The Face Scales. Maddox Neil. "Measuring Satisfaction with Tourism". **Journal of Travel research.** (1985) : 4.

3. The Face Scale Maddox (1996) กล่าวว่า เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจที่พัฒนามาจากวิธีของ Kunin (1955) และนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวัดทัศนคติ ใช้วิธีการอธิบายความพึงพอใจโดยใช้รูปภาพเป็นสัญลักษณ์แทนอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งเป็นวิธีการที่สามารถนำไปใช้ได้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโรงเรียน นักเรียนและเด็ก เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มประชากรที่มีข้อจำกัดด้านความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสาร

สรุป

จากความหมายและคำจำกัดความของคำว่าความพึงพอใจเป็นการสื่อความหมายทางอารมณ์ ความรู้สึก จึงขึ้นอยู่กับนำไปใช้ในการสื่อความหมายทางอารมณ์ และไม่มี ความหมายที่ชัดเจน ไม่มีลักษณะที่เป็นรูปธรรม ซึ่งนักวิชาการยังได้ให้ความหมายเพิ่มเติมถึงความสัมพันธ์ในด้านจิตวิทยา ด้านมานุษยวิทยา ด้านการตลาด และด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่แนวคิดการวัดความพึงพอใจที่สามารถวัดได้จากการบริการจากสินค้า การปฏิบัติจากผู้ให้บริการ และรูปแบบการบริการ ซึ่งแนวคิดการวัดความพึงพอใจยังวัดได้จากด้านคุณภาพและจากด้านปริมาณ ซึ่งการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวนี้มีหลากหลายรูปแบบ ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอวิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวไว้หลายรูปแบบด้วยกันซึ่งสามารถเลือกนำไปใช้

ในการศึกษาความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวหรือการนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องตามความเหมาะสม

## 2.2 แนวคิดแรงจูงใจการท่องเที่ยว

### 2.2.1 ความหมายของคำว่านักท่องเที่ยว

คำว่า Tourist ในภาษาอังกฤษที่แปลว่า นักท่องเที่ยว นั้น Encyclopedia of Tourism (2000) ได้อธิบายว่ามีรากศัพท์มาจากคำว่า Tour ซึ่งหมายถึง การเดินทางเป็นวงกลม (Circular Trip) ในปี ค.ศ.1770 Adam Smith ได้ให้ความหมายคำว่า Tourist หมายถึงผู้ที่เดินทางตามพิธีกรรมในแหล่งวัฒนธรรมโดยใช้เวลาเพื่อหาความพึงพอใจ ซึ่งต่อมาปี ค.ศ. 1968 องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลกหรือ WTO (World Tourism Organization) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจความหมายตรงกันไว้ดังนี้

Travellers หรือกลุ่มนักเดินทาง หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลทางสถิติได้และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้เช่น ผู้อพยพ (Immigrants) ผู้เร่ร่อน (Nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (Transit Passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border Workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ เช่น กลุ่มคณะทูตของประเทศต่างๆ (Diplomats) ผู้แทนกงสุล (Representatives of Consulates) ผู้แทนทางการทหาร (Members of Armed Force) และผู้ลี้ภัย (Refugees)

Visitors หมายถึงผู้มาเยือนโดยแบ่งแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Tourist หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ค้างคืนเดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไปโดยใช้บริการสถานที่พักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวดังนี้

1.1 International Tourist หมายถึงนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศและพักอยู่ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่เกิน 60 วัน

1.2 Domestic Tourist หมายถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตน ไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยระยะที่พักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2. Excursionists หมายถึงนักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ผู้ที่เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruise) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้คือ



## 2.1 International Excursionists หมายถึงนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

## 2.2 Domestic Excursionists หมายถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวจัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถติดตามการเดินทางและจัดเก็บเป็นข้อมูลทางสถิติได้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการวิเคราะห์เพื่อทราบความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวได้ ในปัจจุบันประเทศต่างๆ ได้ยอมรับคำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยวตามข้อตกลงขององค์การการท่องเที่ยวแห่งโลกหรือ WTO และได้กำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (คมกฤต วงศ์นาง, 2544 ; ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548 ; ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2544 )

1. นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากที่พักด้วยความสมัครใจ
2. การเดินทางเป็นการชั่วคราวและมีระยะสั้น
3. จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวนิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ วันหยุด การศึกษา ศาสนา และการกีฬา (2) การติดต่อธุรกิจ ได้แก่ การประชุม การปฏิบัติที่ได้รับมอบหมาย และความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเช่น การเดินทาง การพักผ่อน การซื้อของที่ระลึกและอื่นๆ ขึ้นอยู่กับอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยวในขณะนั้นและประเทศไทยได้ใช้คำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นเป็นหลักในการรวบรวมสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งสรุปแล้วก็หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพักอยู่ไม่น้อยกว่า 1 วัน หรือ 24 ชั่วโมงและไม่มากกว่า 60 วัน (นิคม จารุมณี, 2544 ; สมบัติ กาญจนกิจ, 2544)

นอกจากนี้แล้ว พลอยศรี โปราณานนท์ (2540) ยังได้กล่าวถึงวิธีการจำแนกนักท่องเที่ยวที่อธิบายโดย Cohen ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. The organized mass tourist หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มที่กิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างถูกกำหนดตามโปรแกรมนำเที่ยวที่จัดขึ้นโดยบริษัทนำเที่ยว ได้มีการวางแผนทุกอย่างไว้ล่วงหน้าและอำนาจในการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเป็นของผู้จัดการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ตนเองมีความคุ้นเคยสูงแต่จะได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวน้อยมาก

2. The individual mass tourist หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่ม โดยบริษัทนำเที่ยวไม่ได้เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวทั้งหมดแต่จะเป็นผู้จัดการในระดับหลักๆ ให้เท่านั้นเช่น ขั้นตอนการเดินทางและด้านที่พักเป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะสามารถควบคุมกิจกรรมการท่องเที่ยวและเวลาของตนได้และมีประสบการณ์เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวประเภทแรก ที่ส่วนใหญ่จะยังคง

ต้องการสัมผัสกับบรรยากาศที่เหมือนกับอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดิมของตน โอกาสที่จะได้สัมผัสผู้คนในท้องถิ่นมีน้อย ดังนั้นการท่องเที่ยวประเภทนี้ก็ยังมีประสบการณ์ความคุ้นเคยเดิมของนักท่องเที่ยวอยู่

3. The explorer หมายถึงนักท่องเที่ยวที่วางแผนการท่องเที่ยวเองและมักจะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางเข้าไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาแล้ว มีความต้องการที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชุมชนท้องถิ่น แต่นักท่องเที่ยวประเภทนี้ก็ยังไม่ได้เข้าไปผสมผสานกับชุมชนท้องถิ่นอย่างเต็มที่และได้รับประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งท่องเที่ยว

4. The drifter หมายถึงนักท่องเที่ยวจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองหลีกเลี่ยงการเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนาแล้ว โดยจะเข้าไปอาศัยอยู่กับชาวพื้นเมืองในท้องถิ่นและจะทำตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของคนพื้นเมืองเป็นอย่างดี การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะนำความแปลกใหม่มาสู่นักท่องเที่ยวและทำให้ความคุ้นเคยแบบเก่าหายไป

Cohen ยังได้ให้ข้อคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะเป็นตัวแทนที่แสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละแบบ เพราะบทบาทของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวและระดับความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่นในขณะเดียวกันความซับซ้อนที่ประกอบกันขึ้นด้วยส่วนที่แตกต่างกันตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นยังสามารถสำรวจโดยที่แต่ละศาสตร์มีวิธีในการอธิบายและมุมมองที่แตกต่างกันออกไป

## 2.2 แรงจูงใจการท่องเที่ยว

Mcintoch and Goeldnor (1986) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งโดยทั่วไปแล้วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถลดระดับความตึงเครียดที่มีอยู่ ความพอใจในการเดินทางจึงมีความซับซ้อนและมีความหลากหลายเพราะคนเรามีเหตุผลในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวมีมากกว่าเหตุผลเดียว ซึ่งโดยทั่วไปแล้วแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญนั้นมี 4 ประการคือ

1. แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivators) แรงจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนทางด้านร่างกาย การเล่นกีฬา การสันทนาการ ความบันเทิงและแรงจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ หรือจากการแนะนำจากแพทย์ เช่นการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การตรวจเช็คสุขภาพและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นแรงจูงใจหนึ่งเพื่อลดความตึงเครียดที่เป็นกิจกรรมทางด้านร่างกาย

2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นความต้องการที่จะเรียนรู้และรับรู้สิ่งใหม่ในสถานที่อื่นๆ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปะ ดนตรี และศาสนา เป็นต้น

3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) ความต้องการที่จะได้พบหรือได้รู้จักคนใหม่ๆ ในการเดินทาง ตลอดจนการเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ซึ่งแตกต่างไปจากชีวิตประจำวันและสิ่งแวดล้อมเดิม

4. แรงจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) ความต้องการยอมรับทางสังคมและความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง เช่น การเดินทางเพื่อทำธุรกิจ สัมมนา การเดินทางเพื่อไปศึกษาต่อและงานอดิเรก ความต้องการการยอมรับจากสังคมและชื่อเสียงที่ดีจากการท่องเที่ยว

นอกจากนี้แล้ว Mcintosh and Goeldnor (1986) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวยังสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา ซึ่งความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันออกไป ได้แก่

อายุ นับเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่และต้องการหาประสบการณ์ให้กับตนเอง ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุเน้นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

เพศ ความแตกต่างทางด้านเพศมี 2 ปัจจัยคือ ความแบ่งแยกด้านบทบาทและการปฏิบัติหน้าที่เช่น เพศชายมีการแบ่งแยกระหว่างชีวิตครอบครัวและการทำงานที่พยายามแยกบทบาทออกจากกัน

ระดับการศึกษา ซึ่งสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคมและรายได้ บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักได้รับผลตอบแทนและสถานภาพทางสังคมสูงกว่าบุคคลที่ได้รับการศึกษาน้อย ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสและความสามารถในการเดินทางได้มากกว่า

ซึ่งสอดคล้องกับ Cooper and others (1998) ที่กล่าวว่านอกจากแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแล้ว การรับรู้ ประสบการณ์ในอดีตและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง ความสามารถในการเดินทางก็จะพิจารณาจากขอบเขตของปัจจัยที่สัมพันธ์กันดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ประกอบด้วย (1) รายได้และอาชีพ (2) วันหยุด (3) ระดับการศึกษาและความสามารถในการเดินทาง (4) เพศ (5) เชื้อชาติ

2. วงจรชีวิต (Life cycle) ขอบเขตด้านอายุและภาวะของแต่ละบุคคลส่งผลต่อความถี่ในการเดินทางและรูปแบบของความต้องการท่องเที่ยวอีกด้วย

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2548) ได้กล่าวว่า การเข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้การวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการกลับมาท่องเที่ยวสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาด้านแรงจูงใจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาความพึงพอใจ

## สรุป

แรงจูงใจการท่องเที่ยวมองค้ประกอบมาจากหลายปัจจัยด้วยกันทั้งองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยภายนอกทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรม อีกทั้งยังสัมพันธ์กับแรงจูงใจการท่องเที่ยวกายในหรือปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา หรือแม้แต่วิถีแบบการดำเนินชีวิตและวงจรชีวิต ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยทำให้แต่ละบุคคลมีแรงจูงใจการท่องเที่ยวดังกล่าวแตกต่างกันออกไป

### 2.3 แนวคิดด้านคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ โดยทั่วไปแล้วหมายถึงลักษณะของการบริการหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สินค้า เป็นสิ่งที่บอกถึงคุณค่าหรือคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือมุ่งหวังที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยผู้บริโภคจะคำนึงถึงการเปรียบเทียบ การประเมิน มูลค่าสินค้าหรือราคาสินค้าที่เป็นการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจและมีขั้นตอนระหว่าง ก่อนบริการ ช่วงของการบริการและหลังการบริการตามลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่ง Williams and Buswell (2003) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า คุณภาพการบริการว่าหมายถึงการคำนึงถึงกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าในขณะเดียวกัน ซึ่ง Crompton and Mackay (1989) ได้อ้างถึง Williams and Buswell (2003) กล่าวว่าเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจและคุณภาพการบริการไว้ว่าความพึงพอใจมีลักษณะเป็นอารมณ์ความรู้สึกทางด้านจิตใจและการรับรู้การบริการจากประสบการณ์ในอดีต ในขณะที่คุณภาพการบริการยังเกี่ยวข้องกับลักษณะของการให้บริการสินค้าที่ดี มีคุณภาพ การประเมินการบริการเป็นองค์ประกอบของความคิดเห็นส่วนบุคคลและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ทั้งนี้ Anderson and others (1994) พบว่าคุณภาพมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าด้วยเช่นกันและเป็นหน้าที่ขั้นพื้นฐานที่ต้องได้รับการปฏิบัติที่ดีจากผู้ให้บริการหรือจากสถานประกอบการ Collier (1994) ได้อ้างถึง Lerner and Haber (1998) กล่าวว่าเพิ่มเติมว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้ ในกระบวนการให้บริการเป็นช่วงเวลาที่มามีอิทธิพลต่ออารมณ์และจิตใจของผู้รับบริการมากที่สุด ซึ่งลูกค้าจะประเมินถึงคุณภาพการบริการที่ได้รับจากสินค้าว่ามีคุณภาพดีและเหมาะสมกับราคาหรือไม่นั้นเป็นขั้นตอนการประเมินโดยใช้ความพึงพอใจเป็นตัวบ่งชี้หรือตัดสินการบริการหลังการซื้อเมื่อกระบวนการให้บริการเสร็จสมบูรณ์ คุณภาพการบริการที่ดีย่อมส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ดังนั้นคุณภาพการบริการและความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันและเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้การบริการมีประสิทธิภาพ Bultena and others (1963) อ้างถึง Dwayne (1997) กล่าวว่าการวัดระดับคุณภาพการบริการเป็นการวัดผลของผู้ประกอบการและการวัดระดับความพึงพอใจเป็นการวัดผลของลูกค้า ส่วน Augustyn and Ho (1998) มีความเห็นว่าผู้บริโภค

จะรับรู้การบริการได้จากความรู้สึกส่วนบุคคลในขณะที่รับบริการหรือหลังจากรับบริการแล้ว จากลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ถึงคุณภาพได้ก่อนรับบริการ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้บริโภคจึงได้สร้างเกณฑ์ในด้านราคา สถานที่ บุคลากร เครื่องมือในการให้บริการ การติดต่อสื่อสาร ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องเตรียมพร้อมเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสามารถใช้เวลาในการตัดสินใจเพื่อซื้อบริการได้เร็วขึ้น

ดังนั้นคุณภาพของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจเดียวกัน ซึ่งต่างก็พยายามรักษาระดับคุณภาพของการบริการไว้ โดยให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังและให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ลูกค้าจะพิจารณาว่าการบริการมีคุณภาพดีหรือไม่จากประสบการณ์ ซึ่งฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2548) ยังกล่าวถึงเกณฑ์อื่นๆ ที่สามารถนำไปพิจารณาคูณภาพการบริการได้ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าหมายถึง ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในด้านทำเล ที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของระบบงานต่างๆ ที่รวดเร็ว

2. การติดต่อ สื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่างๆ ที่ถูกต้องและชัดเจน ใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่ายมีภาพประกอบ

3. ความสามารถ (Competence) หมายถึงความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการของพนักงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม

4. ความสุภาพ อ่อน โยน (Courtesy) แสดงถึงความมีน้ำใจ จริงใจ ยินดีต้อนรับและมีความเป็นกันเอง

5. ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึงการสร้างที่น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าโดยให้การบริการที่ดีที่สุดลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าได้รับการบริการที่ดีที่สุดและพึงพอใจ

6. ความไว้วางใจ (Reliability) ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจ เมื่อได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอเท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น เมื่อเกิดความไว้วางใจก็จะเกิดความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ

7. การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึงการให้บริการตอบสนองลูกค้าทันทีเมื่อต้องการใช้บริการหรือเกิดปัญหาตอบข้อซักถามอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

8. ความปลอดภัย (Security) ผู้รับบริการจะได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยงไม่เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาในภายหลัง

9. การสร้างการบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) ลูกค้าสามารถคาดคะเนคุณภาพของการบริการได้ หรือสามารถสัมผัสด้วยความรู้สึกได้ว่า จะได้รับการบริการในระดับใด

10. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customers) ผู้ให้บริการควรทราบถึงความต้องการของลูกค้าให้ความสนใจและตอบสนองความต้องการนั้นอย่างรวดเร็ว

ซึ่ง สุธีรา ตะริโย (2545) ได้อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการว่ามีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองของลูกค้าหลังการบริการ (Post - Service Factors) ประกอบด้วย

1. ความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ
2. ความสมบูรณ์ครบถ้วนของการบริการ
3. ความคงที่ด้านคุณภาพบริการของการบริการ
4. การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนจากลูกค้าของสถานบริการ
5. ความคุ้มค่าราคาหลังการบริการ

สรุป

แนวคิดด้านคุณภาพการบริการหมายถึงลักษณะของการบริการหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ สินค้า เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณค่าหรือคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับทั้งก่อนการบริการหรือความคาดหวัง ช่วงรับบริการและหลังจากการบริการซึ่งยังสัมพันธ์กับผู้ให้บริการอีกด้วย โดยการนำไปเปรียบเทียบ ประเมินค่า กับราคาสินค้าหรือการบริการนั้นๆ คุณภาพการบริการยังมีเกณฑ์ในการวัดทั้งการใช้ความรู้สึกและหลักเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการอื่นๆ อีกที่นำไปพิจารณาถึงคุณภาพการบริการผู้ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการให้บริการทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นสถานประกอบการ ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

#### 2.4 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่ธุรกิจนำมาใช้ในการกำหนดทิศทางการประกอบธุรกิจ ภาพลักษณ์ของสินค้าและการบริการ เพื่อสร้างความแตกต่างของตัวสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วนิยมแบ่งเป็น 4Ps ประกอบด้วย

(1) ผลิตภัณฑ์ Product (2) ราคา Price (3) การจัดจำหน่าย Place (4) การส่งเสริมการตลาด Promotion ซึ่งเสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึงการมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามกลุ่มเป้าหมาย มีการแลกเปลี่ยนซื้อขายกันในราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการณ์ซื้อเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค ด้วยพยายามโน้มน้าวใจให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดมีองค์ประกอบดังนี้ (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 ; Phillip Kotler and Armstrong, 1999 ; Neil Wearne and Alison Morrison, 1996)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าหรือการบริการที่ใช้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลิตภัณฑ์อาจเป็นสินค้าที่สามารถจับต้องได้และการบริการที่เป็นสินค้าจับต้องไม่ได้

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือการบริการในรูปของเงินตราที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคาของสินค้าและเป็นตัวบ่งชี้ถึงมาตรฐานการบริการ

3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการจัดการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดออกสู่ตลาดเป้าหมายให้มีความสะดวกสูงสุดด้วยการนำสินค้าและบริการส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ต้องการซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยมุ่งหมายชักจูงให้เกิดทัศนคติให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

นอกจากนั้นแล้ว Zeithaml and others (1996) ได้เสนอแนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการว่าด้วยลักษณะของการให้บริการสำหรับธุรกิจบริการจำเป็นที่จะต้องปรับตัวแปรหรือองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นจาก 4 Ps เป็น 7Ps ที่ประกอบด้วย (1) บุคคล People (2) กระบวนการ Process (3) สิ่งนำเสนอทางกายภาพ Physical evidence ซึ่งฉัตรพร เสมอใจ (2545) กล่าวเพิ่มเติมว่าธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ซับซ้อน มีความหลากหลายละเอียดอ่อนมักจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เป็นนามธรรมค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจึงต้องกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกันทั้งในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณค่า และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบที่เพิ่มเติมของธุรกิจบริการจาก 4Ps เป็น 7Ps ประกอบด้วย

5. บุคคล (People) บุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการซึ่งรวมถึงพนักงาน ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ซึ่งพนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการแก่ลูกค้า

6. กระบวนการ (Process) วิธีการหรือลำดับขั้นตอนในการให้บริการ การสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้าในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

7. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence) สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน องค์ประกอบที่จับต้องได้ต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้นๆ

## สรุป

เนื่องจากสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการจึงจำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 7Ps เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของธุรกิจ เพื่อให้กิจการสามารถจัดหาบริการที่มีคุณภาพสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า เพื่อให้มีความสอดคล้องกันที่จะบรรลุถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้นำองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด 7Ps โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้านเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ด้านการบริการและรูปแบบการบริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา โดยยังคงไว้ซึ่งความหมายหลักของแนวคิด

## 2.5 แนวคิดนวดแผนไทย

แนวคิดนวดแผนไทย เป็นศาสตร์การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมหรือแพทย์ทางเลือกในการบำบัดรักษาสุขภาพ อันเป็นปรัชญาการสร้างสุขภาพและการรักษาโรค โดยพิจารณาร่างกายมนุษย์เป็นหนึ่งเดียวกัน คือ ร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ ซึ่งเพียรชัย คำวงษ์ (2549) ได้กล่าวถึงความหมายของการนวดคือ การสัมผัสต่อร่างกายโดยใช้ส่วนของร่างกายหรือเครื่องมือต่างๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อผ่อนคลายทำให้รู้สึกทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ดีขึ้น รวมถึงความรู้สึกทางด้านจิตใจและการนวดเป็นวิธีการดูแลสุขภาพเบื้องต้นของมนุษย์ การนวดมีส่วนช่วยให้มีสุขภาพดี สามารถบรรลุหลักการหรือองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านด้วยกันคือ (1) ด้านการส่งเสริมสุขภาพ (2) ด้านการป้องกันโรค กระตุ้นภูมิคุ้มกันของร่างกาย (3) ด้านการรักษาโรค (4) ด้านการฟื้นฟูสมรรถภาพ กัญญา ดิวิเศษ และคณะ (2544) ซึ่งโดยทั่วไปการนวดไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. การนวดแบบเชลยศักดิ์ มีจุดกำเนิดมาจากการนวดแบบสามัญชนมีการสืบทอดฝึกฝนแบบแผนการนวดตามแบบวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นผู้นวดจึงใช้วิธีอื่นๆ ในการนวดนอกจากมือได้แก่ สอก ท่อนแขน สันเท้า เป็นต้น ส่วนท่าทางการนวดมีได้หลากหลายจึงเป็นที่รู้จักในปัจจุบันและแพร่หลายในสังคมไทย

2. การนวดแบบราชสำนัก คือการนวดเพื่อถวายกษัตริย์และเจ้านายชั้นสูงของราชสำนักในอดีต จึงมีขั้นตอนในการนวดที่มีลักษณะสุขภาพและมักนวดโดยใช้นิ้วมือกดลงบนร่างกายและต้องนวดตรงตามจุดเท่านั้น เพื่อควบคุมน้ำหนักไม่ให้มากเกินไปโดยมีข้อปฏิบัติในการนวดที่เคร่งครัด

ปัจจุบันการนวดแผนไทยแบบเชลยศักดิ์เป็นที่นิยมเพราะมีการถ่ายทอดอย่างต่อเนื่องกันตามชุมชนและการรับบริการนวดแผนไทยแบบเชลยศักดิ์มีแรงมากระทำบนร่างกายได้มากกว่าองค์ความรู้การนวดไทยมีแหล่งที่มาจาก



1. ตำราการนวดไทย ได้แก่ (1) การนวดวัดเชตุพนฯ สมัยรัชกาลที่ 3 พ.ศ. 2375 (2) การนวดฉบับหลวงพระราชทาน สมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2449 (3) ตำราโรคนิทาน คำฉันท 11 ของพระยาธิปัตย์ เจ้าเมืองจันทบูร สมัยรัชกาลที่ 1 (4) การนวดพื้นบ้านมีลักษณะคล้ายกับการนวดฉบับหลวงหรือการนวดวัดพระเชตุพนฯ

## 2. ประสพการณ์ในการรักษา การนวดแก้โรคและอาการต่างๆ

การนวดมีประโยชน์ในด้านการบรรเทาความเจ็บป่วยเบื้องต้นของมนุษย์ ผลของการนวดเกิดขึ้นได้ทันทีต่อความรู้สึก ดังนั้นหากใช้วิธีการนวดที่ถูกต้องสามารถทำให้เกิดความรู้สึกดีขึ้น และการนวดยังกระตุ้นการเคลื่อนไหวของร่างกาย นอกจากนี้แล้ว การนวดยังทำให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้

1. การไหลเวียนของโลหิต ขณะให้แรงกดจะช่วยดันให้เลือดไปตามทิศทางที่ให้แรงกดนั้น ช่วยให้การไหลกลับของเลือดดำดีขึ้น เมื่อจำนวนเลือดกลับหัวใจมากขึ้นก็จะทำให้เพิ่มจำนวนของเลือดแดงที่มาเลี้ยงตามเนื้อเยื่อมากขึ้น เลือดถูกบีบออกไปจากบริเวณนั้นและมีเลือดใหม่มาแทนที่ชะลอการเสื่อมและเพิ่มเมตาบอลิซึม (Metabolism) บริเวณนั้น การนวดเบาๆ จะทำให้เกิดการขยายตัวของเส้นเลือดฝอยเพียงเล็กน้อย ถ้าใช้แรงนวดมากขึ้นจะเกิดการขยายตัวของเส้นเลือดฝอยมากยิ่งขึ้น

2. การไหลเวียนของน้ำเหลือง ตามท่อน้ำเหลืองตามผิวหนังและเนื้อเยื่อใต้ผิวหนัง น้ำเหลืองนั้นจะเคลื่อนไปในทิศทางใดขึ้นกับแรงภายนอกเช่น จากแรงดึงดูดจากการหดตัวของกล้ามเนื้อ การเคลื่อนไหวและการนวดทำให้การไหลเวียนของน้ำเหลืองดีขึ้น

3. เส้นประสาทส่วนปลายที่ถูกตัด เมื่อได้รับการต่อแล้วอัตราการงอกดีขึ้นจากการนวดและการเคลื่อนไหวในผู้ป่วยอัมพาต การนวดช่วยให้การไหลเวียนดีขึ้น ทำให้กล้ามเนื้อรักษาสภาพความยืดหยุ่นไว้ได้ทำให้ฟื้นตัวได้ง่ายและยังช่วยกระตุ้นความรู้สึกของข้อต่อและผิวหนังทำให้สามารถรับรู้ส่วนต่างๆ ของร่างกาย

4. ช่วยให้ออกซิเจนและกลูโคสจากความเครียดและอาการล่าช้าได้เร็วขึ้น ช่วยให้ความตึงตัวของกล้ามเนื้อเป็นปกติได้ดีและกล้ามเนื้อมีประสิทธิภาพดีขึ้น การนวดจะช่วยลดการเกิดพังผืด การหนาตัวของเนื้อเยื่อในกล้ามเนื้อที่ขาดเส้นประสาทมาเลี้ยง การนวดช่วยลดพังผืดการยึดติดและช่วยให้กล้ามเนื้อลึบซึ้ง

5. การทำให้เกิดการสันสะเทือนที่ทรงออก แรงสันสะเทือนนี้จะทำให้เสมหะหลุดออกจากหลอดลมส่วนปลายเคลื่อนเข้าสู่บริเวณที่มีกลไกของการไอ ทำให้สามารถขับเสมหะเหล่านั้นออกจากปอด เป็นการช่วยป้องกันและรักษาโรคเกี่ยวกับปอดได้ทั้งในระยะที่เป็นเรื้อรังและเฉียบพลัน

6. การนวดทำให้การทำงานของต่อมน้ำเหลืองและต่อมไฝิวหนังทำงานดีขึ้นมีเลือดมาเลี้ยงผิวหนังมากขึ้น อุณหภูมิของผิวหนังจะเพิ่มขึ้นประมาณ 2-3 องศาเซลเซียส หลังการนวดช่วยให้ผิวหนังนุ่ม ลดการยึดติดของเนื้อเยื่อไฝิวหนังและยาดูดซึมได้ดีขึ้นทางผิวหนัง

7. การนวดไม่มีผลโดยตรงต่อกระดูกแต่การนวดกล้ามเนื้อทำให้กระดูกได้รับเลือดมาเลี้ยงบริเวณนั้นเพิ่มขึ้น

8. การนวดบริเวณท้องจะช่วยเพิ่มความตึงตัวของระบบทางเดินอาหารเกิดการบีบตัวของกระเพาะอาหาร ลำไส้ ทำให้เจริญอาหาร

9. การนวดทำให้เกิดความรู้สึกที่สบาย ผ่อนคลาย ลดความเครียดความกังวลและส่งผลกลับไปช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันต้านโรคซึ่งเป็นร่วมกันทางจิตใจ

เพียรชัย คำวงษ์ (2549) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าการศึกษาวิจัยด้านการนวดไทยพบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาวิจัยด้านการนวดแผนไทยเพื่อนำไปใช้ในการบำบัด มีดังนี้คือ วิมล วงศ์สุรสิทธิ์และคณะได้ทำการศึกษาวิจัยและพบว่าการนวดกดจุดในผู้ป่วยที่มีอาการปวดศีรษะและมีอาการเกร็งของกล้ามเนื้อต้นคอและบ่า การนวดทำให้อาการปวดลดลงและเคลื่อนไหวคอได้มากขึ้น ซึ่งประโยชน์ บุญสินสุขและคณะ (2527) พบข้อสรุปว่าการนวดแผนไทยโดยการกดจุด ก็สามารถลดอาการปวดหลังระดับบนเอวได้เช่นกัน ซึ่งกรุงไกร เจนพานิชย์ พบว่าการนวดที่ขาของคนปกติทำให้อุณหภูมิผิวหนังบริเวณหลังเท้าเพิ่มขึ้น การเดินของชีพจรและความดันเลือดแดงลดลง บริเวณที่ถูกนวดจะรู้สึกสบายและผ่อนคลาย ซึ่งในขณะที่เดียวกันรุ่งทิวา ชาญพิทยาภูกุลกิจและคณะ (2528) ก็พบว่าการนวดแบบปิดประตุลมที่ขาหรือการกดบริเวณต้นขาในคนปกติทำให้อุณหภูมิของผิวหนังชีพจรและความดันเลือดมีการเปลี่ยนแปลงไม่มาก และไม่มีผลต่อการไหลเวียนของเลือดในระยะสั้นจึงไม่เป็นอันตรายต่อเนื้อเยื่อ แต่หลังจากเปิดประตุลมผู้ใช้บริการจะรู้สึกร้อนจากบริเวณโคนขาไปตามขาข้างที่ถูกนวดและเกิดความรู้สึกสบาย นอกจากนี้แล้วโครงการฟื้นฟูนวดไทย (2531) ได้ข้อสรุปเช่นกันว่า การนวดสามารถช่วยลดอาการปวดกล้ามเนื้อที่เกิดจากการไหลเวียนของเลือดและลดอาการปวดที่เกิดจากการยึดติดของพังผืดได้ค่อนข้างดี

สรุป

การนวดแผนไทยเป็นศาสตร์การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมและเป็นกลวิธีการดูแลสุขภาพเบื้องต้นของมนุษย์ การนวดแผนไทยนั้นผู้ให้บริการใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกาย คือ มือ ท่อนแขน สอก สันเท้า ตามศาสตร์การนวดแผนไทยสัมผัสลงบนร่างกายผู้อื่น ซึ่งการนวดแผนไทยยังสามารถอธิบายได้ด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ และยังแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ อีกทั้งยังเพื่อการผ่อนคลายความเครียดและลดอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วารภรณ์ หมอนสะอาด (2547) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ทุกช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านราคาในระดับมากที่สุดนี้ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญระดับมากที่สุดนี้ การบอกกล่าวจากผู้ที่เคยใช้บริการ ทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมากที่สุดนี้ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ กลุ่มอาชีพดังนี้ พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย และอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับจ้างอิสระและเกษียณอายุให้ความสำคัญด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในระดับปานกลาง อาชีพนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดนี้ มีห้องนวดจำนวนที่เพียงพอ ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิดเป็นส่วนตัว ทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพระดับมากที่สุดนี้ ห้องนวดมีอากาศถ่ายเทและบรรยากาศสบาย ห้องนวดที่นอนและหมอนสะอาด การตกแต่งสถานที่และบริเวณสวยงาม

ชรินทร์ วรกุลกิจกำจร (2545) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจมากด้านผลิตภัณฑ์ดังนี้คือ การให้บริการนวดแผนไทย ความสามารถของผู้นวด การรักษาโรค การบรรเทาอาการปวดเมื่อย ความสะอาดของผ้าปูและเบาะรองนวด การเอาใจใส่จากผู้นวดและพนักงาน ความพร้อมของผู้นวด ซึ่งผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับปานกลางดังนี้คือ อัตราค่าบริการ ความสะอาดของชุดใส่ชุดสำหรับผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจระดับปานกลาง ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุดนี้คือ ความสะอาดของสถานที่ การเดินทางไปยังสถานบริการนวดแผนไทย และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ บรรยากาศเหมาะสม สภาพแวดล้อมสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวก ความเหมาะสมในทำเลที่ตั้ง ความสะอาดของห้องน้ำ ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสม ด้านผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก ซึ่งพบว่ามีระดับความพึงพอใจมากในทุกรายการคือ ความสะอาดของผู้นวด ทัศนคติไมตรี ความรู้ความสามารถในการนวด ความเพียงพอของผู้นวด ซึ่งสถานประกอบการควรรักษาระดับคุณภาพของการนวด เพราะผู้ใช้บริการกับการนวดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสถานประกอบการนวดแผนไทย

อุดม อุดมวรรณกุล (2545) ศึกษาเรื่อง การถ่ายทอดการนวดแผนไทยบ้านป่าบาง โดยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการนวดแผนไทยบ้านป่าบาง ซึ่งพบปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 3 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมพบว่าวัฒนธรรมชุมชนเป็นสิ่งที่ประชาชนได้ยอมรับและสืบทอดกันมาของชาวบ้าน ปัจจัยด้านสังคมพบว่าสังคมชนบทมีการนับถือผู้อาวุโสที่มีตำแหน่งทางสังคมซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวบุคคลและมีความพึงพอใจยอมรับการบริการด้วย ส่วนปัจจัยด้านการรักษาพยาบาลด้วยการนวดแผนไทยนั้นได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ จึงได้อาศัยความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาทำการรักษาด้วยการนวดแผนไทย ประคบสมุนไพร ซึ่งผู้ใช้บริการที่รับการรักษาโดยวิธีนวดแผนไทยและประคบสมุนไพรมักบอกต่อผู้อื่นด้วยวิธีกล่าวอ้างจากผลการรักษาและยังพบว่าระดับความพึงพอใจและการยอมรับยังมีความสำคัญน้อยกว่าการรักษาด้วยแพทย์แผนปัจจุบัน ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการรักษาไม่หายก็จะกลับมาใช้วิธีการรักษาแบบพื้นบ้านและการนวดแผนไทย ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงยอมรับการรักษาด้วยการนวดแผนไทยควบคู่ไปกับการแพทย์แผนปัจจุบัน

ศุภนิษฐ์ เหมะวรรณ (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเรียงลำดับความสำคัญในการเลือกใช้บริการดังนี้ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านเครื่องมือ ด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ด้านบุคคลได้แก่ ความชำนาญในการนวด พนักงานนวดสามารถอธิบายแนะนำวิธีนวดแผนโบราณได้ มีความสนใจในการให้บริการ ด้านสถานที่ได้แก่ ห้องนอนปูเตียงและหมอนสะอาด ห้องนวดกว้างขวางไม่อึดอัดสะดวกสบาย มีห้องน้ำไว้บริการอย่างพอเพียง ด้านเครื่องมือได้แก่ มีเสื้อผ้าไว้บริการลูกค้า

วิภาพร มหาชัย (2544) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีประสบการณ์ในการใช้สปามาแล้ว 6-10 ครั้งและพบว่าสาเหตุของการเลือกใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียด โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่และติดต่อกับสถานบริการสปาผ่านทางอินเทอร์เน็ตและด้วยตนเอง โดยการบริการสปาที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวคือ การบริการนวดแผนไทยและการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหยโดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาในการมาใช้บริการสปาเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้งและจากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในด้านเพศพบว่าเพศชายส่วนใหญ่มีเหตุผลของการมาใช้บริการสปาคือสนใจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและผ่อนคลายความเครียด ซึ่งเพศหญิงมีเหตุผลของการมาใช้บริการสปาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุดและนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอายุระหว่าง

20-29 ปีและ 30-39 ปี มีความถี่ในการใช้บริการสปามาแล้ว 6-10 ครั้ง ส่วนผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปใช้บริการสปามาแล้วอย่างน้อย 11-15 ครั้ง

ศุขชาติ สุทธิคณิง (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเหตุผลในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณเพื่อความสะดวกสบายมากกว่าด้านอื่น ๆ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ด้านบุคคลและการบริการ ได้แก่ ความชำนาญ ความรู้ในการนวดแผนโบราณอย่างดี ผู้บริหารและพนักงานให้บริการอย่างสนใจและให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้านเครื่องมือ ได้แก่ เสื้อผ้าที่让客户สัมผัสเปลี่ยนเวลานวดสะอาด ด้านสถานที่ ได้แก่ ห้องนวดกว้างขวางไม่อึดอัดสะดวกสบาย ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาต่อชั่วโมง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงและทุกอาชีพในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านบุคคลมากกว่าด้านอื่น ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการ

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยวิธีการวิจัยสำรวจ (Survey Research) ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ดังนี้

- 3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

#### 3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการจากแหล่งข้อมูลคือสถานประกอบการนวดแผนไทยที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในด้านต่างๆ จาก หนังสือ จุลสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารรายงานการประชุมสัมมนาและเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และใช้บริการนวดแผนไทยจากสถานประกอบการ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง หก 34 แห่งในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550



รูปที่ 4 : แสดงสถานที่ตั้งสถานประกอบการนวดแผนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นแหล่งข้อมูลในการรวบรวมแบบสอบถาม มีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. Home Massage เลขที่ 63/1 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
2. Asian Space เลขที่ 67 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
3. Relax Zone เลขที่ 132 ซอย 2 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
4. Body Care Massage เลขที่ 16 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
5. ลัคกี้ เลขที่ 72 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
6. กาญจนา มาสสาจ เลขที่ 32 ซอย 1 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
7. บ้านแก้วนวดไทย เลขที่ 97/1 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
8. Relax Express เลขที่ 132 ถนนลอยเคราะห์ ตำบลช้างคลาน
9. Relax and Enjoy เลขที่ 142 ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน
10. DD Thai Traditional Massage เลขที่ 149/13 ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน
11. ช้างคลานโพธิเวช เลขที่ 174/7 ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน
12. เชียงใหม่ นวดแผนโบราณ เลขที่ 166/6-8 ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน
13. เรนโบวัน นวดแผนโบราณ เลขที่ 199/34-35 ถนนช้างคลาน ตำบลช้างคลาน

14. ลานนาไทยนวดแผนโบราณ เลขที่ 44/4 ถนนศรีดอนไชย ตำบลช้างคลาน
  15. มยุรีนวดแผนไทย เลขที่ 92/5 ถนนศรีดอนไชย ตำบลช้างคลาน
  16. อารีหัตถเวช เลขที่ 92/4 ถนนศรีดอนไชย ตำบลช้างคลาน
  17. ล้านนาหัตถเวช เลขที่ 209 ถนนศรีดอนไชย ตำบลช้างคลาน
  18. Classic House Massage เลขที่ 27/2 ซอย 4 ถนนท่าแพ ตำบลช้างคลาน
  19. ท่าแพนวดแผนโบราณ เลขที่ 185/187 ถนนท่าแพ ตำบลช้างคลาน
  20. ช้างแดงโพธิเวช เลขที่ 411 ถนนเจริญประเทศ ตำบลช้างคลาน
  21. เดอะเบสท์นวดแผนไทย เลขที่ 199/33 ถนนเจริญประเทศ ตำบลช้างคลาน
  22. บ้านขวัญนวดแผนไทย เลขที่ 85/5 ถนนกำแพงดิน ตำบลช้างคลาน
  23. สายทิพย์นวดแผนโบราณ เลขที่ 189/8-9 ถนนกำแพงดิน ตำบลช้างคลาน
  24. กุลนวดแผนไทย เลขที่ 2/7 ถนนประชาสัมพันธ์ ตำบลช้างคลาน
  25. เวียงพิงค์นวดแผนโบราณ เลขที่ 2/4 ซอย 2 ถนนท่าแพ ตำบลช้างม้อย
  26. SP นวดแผนไทย เลขที่ 3/5 ถนนวิษยานนท์ ตำบลช้างม้อย
  27. ท่าแพสมุนไพรมะ เลขที่ 2/3 ถนนชัยภูมิ ตำบลช้างม้อย
  28. บ้านอบสมุนไพรมะ เลขที่ 20/2 ซอย 7 ถนนมูลเมือง ตำบลช้างม้อย
  29. มูลเมืองสมุนไพรมะ เลขที่ 53 ถนนมูลเมือง ตำบลพระสิงห์
  30. สมศรีนวดแผนโบราณ เลขที่ 47/3 ถนนมูลเมือง ตำบลพระสิงห์
  31. Classic Touch Massage (เล็ก ไชยา) เลขที่ 25-29 ถนนราชดำเนิน  
ตำบลพระสิงห์
  32. ชบาไพรมะ นวดแผนไทย เลขที่ 21/3 ซอย 7 ถนนมูลเมือง ตำบลศรีภูมิ
  33. กระจ่าง Thai Herbal Massage เลขที่ 17/1 ถนนราชวิถี ตำบลศรีภูมิ
  34. พัคมา Massage and relax เลขที่ 204-205 ถนนเจริญราษฎร์ ตำบลวัดเกต
- ที่มา : สมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพเชียงใหม่. (ระบบออนไลน์). 12 ตุลาคม 2549.

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

(1) การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ได้ใช้วิธีการเปรียบเทียบจำนวนประชากร จากการคำนวณการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากสถานประกอบการทั้งหมด 34 แห่ง โดยเฉลี่ย 300 คนต่อเดือน (ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว) จำนวนประชากรจึงเท่ากับ 10,200 คนและได้นำไปเปรียบเทียบกับตารางการค้นหาจำนวนตัวอย่างสำเร็จรูป ของ Robert Krejcie and Daryle w. Morgar (1970) (อ้างใน ไชยวัฒน์ รุ่งเรืองศรี, 2548) ซึ่งพบว่าจากการ



เปรียบเทียบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงมากที่สุดระหว่าง จำนวนประชากร 10,000 หน่วย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 370 ตัวอย่าง และจำนวนประชากร 15,000 หน่วย ฉะนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 375 ตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเลือกทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 ตัวอย่าง

(2) เนื่องจากมีข้อจำกัดของประชากรในการศึกษาที่ไม่มีบัญชีรายชื่อ (Sampling Frame) ดังนั้นจึงไม่สามารถใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างที่อาศัยความน่าจะเป็น การศึกษาครั้งนี้จึงจำเป็นต้องคัดเลือกตัวอย่างโดยใช้การคัดเลือกตัวอย่างที่ไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยกำหนดเป็นแบบ Accidental Sampling หรือที่ สุวรรณ สุวรรณเวช (2518) เรียกว่า แบบอุบัติเหตุและใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

(3) ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

อายุของกลุ่มตัวอย่างซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามใน ลักษณะเดิมตัวเลขตามอายุของกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยโดยพบว่ามีอายุต่ำสุด 19 ปี สูงสุด 77 ปี มีค่าเฉลี่ยอายุ 41.15 ปี และใช้วิธีการแบ่ง Standard deviation มาเป็นเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 14.051 โดยแบ่งกลุ่ม โดยการแบ่งกลุ่มอายุออกเป็น 3 กลุ่ม มีวิธีคิดดังนี้ กลุ่มอายุปานกลาง เท่ากับ  $(41.15 - (14.051/2))$  ถึง  $(41.15 + (14.051/2))$  หรือเท่ากับอายุระหว่าง 34-48 ปี กลุ่มอายุน้อย เท่ากับ อายุต่ำกว่าอายุปานกลางขั้นต่ำ หรือ 19-33 ปี กลุ่มอายุมาก เท่ากับ อายุมากกว่าอายุปานกลางขั้นต่ำ หรือ 49-77 ปี

สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างจัดกลุ่มที่หย่าและหม้ายไว้ด้วยกัน ส่วนสถานภาพการสมรสเป็น โสดและสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้วได้แยกออกเป็นคนละกลุ่ม

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจัดกลุ่ม โดยนำระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นหลัก ในการแบ่งกลุ่ม ซึ่งจัดแบ่งกลุ่มได้ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งกลุ่มอายุได้ดังนี้ (1) กลุ่มอาชีพเกษตรกร (2) กลุ่มอาชีพรับจ้าง คือ อาชีพข้าราชการ ครู อาจารย์ อาชีพพนักงานเอกชน (3) กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว (4) กลุ่มงานที่ไม่มีรายชื่อ คือ อาชีพเกษียณ อาชีพแม่บ้าน อาชีพนักเรียน นักศึกษา

ระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้ดังนี้ ระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ ระดับรายได้เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศและระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ

ประเทศที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามที่เป็นลักษณะแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaires) ซึ่งนำมาจัดแบ่งกลุ่มตาม ทวีปที่ตั้งของประเทศ

ช่วงจำนวนครั้งที่เคยเดินทางออกนอกประเทศโดยกลุ่มตัวอย่างระบุเป็นจำนวนครั้งในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งได้ดังนี้ (1) 1-5 ครั้ง (2) 6-10 ครั้ง (3) มากกว่า 10 ครั้ง

จำนวนครั้งที่เคยนวดแผนไทยโดยกลุ่มตัวอย่างได้ระบุเป็นจำนวนครั้งในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งได้ดังนี้ (1) ไม่เกิน 10 ครั้ง (2) มากกว่า 10 ครั้ง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยมีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ประเทศที่อยู่อาศัย เคยเดินทางออกนอกประเทศกี่ครั้ง เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร รู้จักนวดแผนไทยได้อย่างไร เคยใช้บริการนวดแผนไทยมาแล้วกี่ครั้ง วัตถุประสงค์ในการนวดแผนไทย มีลักษณะคำถามทั้งชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaires) และชนิดปลายเปิด (Open-ended Questionnaires) โดยมีคำถามทั้งหมดจำนวน 12 ข้อ

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคำถามแบ่งออกเป็นปัจจัยในด้านต่างๆ ตามองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจนวดแผนไทย (7Ps) ประกอบด้วย การบริการและรูปแบบการให้บริการรวมอยู่ในปัจจัยเดียวกันคือด้านการบริการ สถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพรวมอยู่ในปัจจัยเดียวกันคือด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา โดยลักษณะคำถามมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaires) มีคำถามทั้งหมด 32 ข้อ ใช้มาตราส่วนในการวัดแบบประเมินค่า Rating scale 7 ระดับ (Scored on 7 point D-T Scale) แบ่งเป็น 7 ระดับ คือ

- 7 หมายถึง ระดับความรู้สึกประทับใจและรู้สึกพึงพอใจเป็นอย่างมาก
- 6 หมายถึง ระดับความรู้สึกชอบ ถูกใจและเป็นที่ต้องการ ความรู้สึกพึงพอใจ
- 5 หมายถึง ระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ
- 4 หมายถึง ระดับความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากัน
- 3 หมายถึง ระดับความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ
- 2 หมายถึง ระดับความรู้สึกไม่มีความสุข ค่อนข้างไม่พึงพอใจ
- 1 หมายถึง ระดับความรู้สึกแย่มาก ไม่พึงพอใจเป็นอย่างมาก
- 0 หมายถึง ไม่ได้รับบริการนั้นๆ จากสถานประกอบการหรือผู้รับบริการ ขอยกเว้นการบริการนั้นๆ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะและคำแนะนำอื่นๆ นอกเหนือที่มีอยู่ในแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามมีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaires)

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามตามที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งก่อนที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล โดยผู้วิจัยเป็นผู้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างในสถานประกอบการนวดแผนไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจริงทั้งหมดพร้อมทั้งการสัมภาษณ์เกี่ยวกับอุปสรรคและปัญหาในการกรอกแบบสอบถามเบื้องต้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเฉพาะภาษาอังกฤษเท่านั้นเพราะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนประชากรมากกว่ากลุ่มอื่นๆ และสะดวก รวดเร็ว ซึ่งหลังจากทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) เพื่อความเข้าใจในเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ โดยแบบสอบถามได้ทำการแปลทั้งหมด 3 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน เพื่อความเข้าใจในการสื่อสารด้านภาษาสำหรับกลุ่มตัวอย่างบางประเทศที่มีอุปสรรคด้านภาษาอังกฤษ

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

(ก) เนื่องด้วยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยต้องการทำการศึกษาจำนวนทั้งหมด 375 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการนวดแผนไทย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมดจำนวน 34 แห่ง โดยมีขนาดของกิจการแตกต่างกันไปตามจำนวนของผู้ให้บริการและพื้นที่ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น กิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ซึ่งเพื่อเป็นการกระจายกลุ่มตัวอย่างให้เท่าเทียมกัน ผู้วิจัยจึงได้เก็บแบบสอบถามในแต่ละแห่งในสัดส่วนเท่ากันคือ แห่งละ 11 ชุด

(ข) ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน เนื่องจากต้องการกระจายกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและเพื่อการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้อง ซึ่งในส่วนแรกนั้นผู้วิจัยเป็นผู้เก็บแบบสอบถามด้วยตนเองในสถานประกอบการนวดแผนไทย วันละ 1 แห่ง แห่งละ 6 ชุด ตั้งแต่เวลา 16.00 - 22.00 น. สถานประกอบการนวดแผนไทยทั้งหมด 34 แห่ง รวม 204 ชุด ส่วนที่ 2 จำนวน 171 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการขอความร่วมมือต่อหน่วยงานธุรกิจบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่เพื่อทำหนังสือชี้แจงต่อสถานประกอบการขอความร่วมมือในการให้กลุ่มตัวอย่างหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการกรอกแบบสอบถามหลังใช้บริการนวดแผนไทย แห่งละ 5 ชุด ซึ่งมี 1 แห่งมี

จำนวน 6 ชุด ตั้งแต่ช่วงเปิดบริการของสถานประกอบการ คือ 10.00 - 22.00 น. จากสถานประกอบการขนาดคนไทยจำนวน 34 แห่ง รวม 171 ซึ่งรวมทั้งหมดได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 ตัวอย่าง

(ค) การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล หลังจากการรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้จึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อนำไปลงรหัส (Coding) เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล

#### 3.5.1 วิธีการวัดความพึงพอใจ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกใช้วิธีในการวัดระดับความพึงพอใจโดยใช้วิธี The Delighted – Terrible Scale หรือ D-T Scale ของ Andrews and Withey (1976) เพราะเป็นวิธีที่สามารถอธิบายความรู้สึกด้วยการใช้ภาษาในการสื่อความหมายทางอารมณ์ ความรู้สึกในการสื่อสารได้เหมาะสมและสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถนำมาแปลความหมายได้ ซึ่งได้รับการตรวจสอบด้านความน่าเชื่อถือและความถูกต้องตามระเบียบแบบแผนในการทำวิจัย

(ข) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติเพื่อนำมาแปลผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ ประเทศที่อยู่อาศัย ช่วงจำนวนครั้งที่เคยเดินทางออกนอกประเทศ เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร รู้จักขนาดคนไทยได้อย่างไร จำนวนครั้งที่เคยขนาดคนไทย วัดดูประสงค์ในการขนาดคนไทย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการนำเสนอในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และการกระจายร้อยละ (Percentage Distribution)

**ส่วนที่ 2** การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสถานประกอบการขนาดคนไทยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการไขว้ตาราง (Crosstabulation) และการหาค่าความสัมพันธ์ (Correlation)

#### วิธีการคำนวณคะแนน

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกใช้วิธีในการวัดระดับความพึงพอใจโดยใช้วิธี The Delighted – Terrible Scale หรือ D-T Scale ใช้มาตราส่วนในการวัดแบบประเมินค่า Rating Scale 7 ระดับ กำหนดในแต่ละช่วงของคะแนน 0-7 คะแนน ซึ่งกำหนดให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7

คะแนน และ 1 คะแนน เท่ากับช่วงคะแนนน้อยที่สุด และ 0 เท่ากับ ไม่มีคะแนนหรือกลุ่มตัวอย่าง ไม่ได้ได้รับการบริการนั้นๆ จากสถานประกอบการหรือผู้รับบริการขอยกเว้นการบริการนั้นๆ

จากลักษณะของแบบสอบถามดังที่ได้กล่าวถึง ปัจจัยหลัก หมายถึง ด้านการบริการและกระบวนการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ซึ่งในแต่ละปัจจัยหลักนั้นก็จะมีแยกย่อยออกเป็นหัวข้อหลักและหัวข้อย่อย

ซึ่งในแต่ละปัจจัยหลัก มีหัวข้อหลัก หัวข้อย่อย มีจำนวนข้อไม่เท่ากัน ดังนั้นวิธีการคำนวณทางด้านสถิติในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงได้นำวิธีการคำนวณ โดยให้คะแนนแต่ละปัจจัย มาจากคะแนนรวมของแต่ละหัวข้อย่อยรวมเป็นคะแนนหัวข้อหลัก แล้วนำมาปรับให้เท่ากับ 7 คะแนน ซึ่งจะอธิบายจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

**การสร้างดัชนีชี้วัดระดับความพึงพอใจการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ**

(1) เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจด้านการบริการแตกต่างกัน มีวิธีวัดระดับความพึงพอใจในการบริการ เมื่อได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 ได้ดังนี้

คะแนนระดับความพึงพอใจในการบริการ = (วิธีการนวด + ผลการนวด + กระบวนการ) / 3

วิธีการนวด = (หัว คอ ไหล่ + แขนทั้ง 2 ข้าง มือ นิ้ว + ช่วงลำตัว  
อก ท้อง หลัง + ขาทิ้ง 2 ข้าง เท้า) x (7/28)

ผลการนวด = (การผ่อนคลายความเครียด + บรรเทาอาการ  
ปวดเมื่อย) x (7/14)

กระบวนการ = (การบริหารงานเป็นระบบ + การให้บริการ

รวดเร็ว + ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ +  
ระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสม) x (7/28)

ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ตามตารางที่ 4.2.1 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการบริการนวดแผนไทยและได้แสดงค่าทางสถิติอธิบายค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล (N) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) และท้ายตารางได้นำเสนอค่าทางสถิติ Chi-Square, d.f. (Degree of freedom),

F. (Significance) การอ่านค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05 นั้น การบริการ หมายถึง การนวดแผนไทย แบ่งตามการนวดส่วนต่างๆ ของร่างกายรวมจากหัวข้อหลักดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ ดังได้แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.2.1

การบริการ ที่หมายถึง ผู้ให้บริการ ตามตารางที่ 4.2.2 มีวิธีคิดระดับความพึงพอใจผู้ให้บริการได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คะแนนระดับความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ} &= (\text{ความสะอาดของผู้ให้บริการ} + \\ &\quad \text{ความรู้ความสามารถในการนวดแผนไทย} + \\ &\quad \text{ลักษณะของผู้ให้บริการ}) / 3 \\ \text{ความสะอาดของผู้ให้บริการ} &= (\text{หน้าตา} + \text{การแต่งกาย}) \times (7/14) \\ \text{ความรู้ความสามารถในการนวด} &= (\text{ขั้นตอนและความคล่องแคล่วในการนวด}) \times (7/7) \\ \text{ลักษณะของผู้ให้บริการ} &= (\text{จำนวนของพนักงานในการให้บริการนวด} + \\ &\quad \text{มีความสนใจในการให้บริการ} + \text{ความสุภาพ} \\ &\quad \text{และมารยาทดี} + \text{ผู้ให้บริการสามารถสื่อสาร} \\ &\quad \text{ด้านภาษาต่างประเทศได้}) \times (7/21) \end{aligned}$$

(2) เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน มีวิธีคิดระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{คะแนนระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด} &= (\text{การต้อนรับและการให้ข้อมูล}) \\ \text{การต้อนรับและการให้ข้อมูล} &= (\text{พนักงานสามารถสื่อสารด้าน} \\ &\quad \text{ภาษาต่างประเทศได้} + \text{พนักงานสามารถ} \\ &\quad \text{อธิบายแนะนำวิธีนวดได้}) \times (7/14) \end{aligned}$$

ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ตามตารางที่ 4.2.3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงค่าทางสถิติ อธิบายค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล (N) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) และท้ายตารางได้

นำเสนอค่าทางสถิติ Chi-Square, d.f. (Degree of freedom), F. (Significance) การอ่านค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05

(3) ความแตกต่างทางด้านเพศให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาแตกต่างกัน มีวิธีคิดระดับความพึงพอใจด้านราคา เมื่อได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 แต่เนื่องจากปัจจัยด้านราคามีหัวข้อหลักเพียงข้อเดียวคือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ จึงสามารถนำคะแนนดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับวิธีการวัด D-T Scale 7 ระดับ ได้โดยไม่ต้องนำไปหารกับตัวแปรอื่น ได้ดังนี้

$$\text{คะแนนระดับความพึงพอใจด้านราคา} = (\text{ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ})$$

ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ตามตารางที่ 4.2.4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านราคา ได้แสดงค่าทางสถิติอธิบายค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล (N) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) และท้ายตารางได้นำเสนอค่าทางสถิติ Chi-Square, d.f. (Degree of freedom), F. (Significance) การอ่านค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05

(4) ความแตกต่างทางด้านอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีผลต่อความเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านราคา มีวิธีคิดระดับความพึงพอใจในด้านราคา เมื่อได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 แต่เนื่องจากปัจจัยด้านราคามีหัวข้อหลักเพียงข้อเดียวคือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ จึงสามารถนำคะแนนดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับวิธีการวัด D-T Scale 7 ระดับ ได้โดยไม่ต้องนำไปหารกับตัวแปรอื่น ได้ดังนี้

$$\text{คะแนนระดับความพึงพอใจด้านราคา} = (\text{ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ})$$

นำเสนอในรูปแบบตารางตามตารางที่ 4.2.5 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านราคา แสดงค่าทางสถิติอธิบายค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล (N) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) และท้ายตารางได้นำเสนอค่าทางสถิติ Chi-Square, d.f. (Degree of freedom), F. (Significance) การอ่านค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05

(5) ความแตกต่างของกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่แตกต่างกัน มีวิธีคิดระดับความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เมื่อได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 ได้ดังนี้

คะแนนระดับความพึงพอใจ

ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ = (ความสะอาดของสถานที่ + ห้องนวด +  
สิ่งนำเสนอทางกายภาพ + ที่ตั้ง) / 4

ความสะอาดของสถานที่ = (ชุดใสนวด + ผ้าปูและเบาะรองนวด + ห้องนวด +  
ห้องน้ำ + ส่วนต้อนรับและพักผ่อน) x (7/35)

ห้องนวด = (ห้องนวดมีจำนวนเพียงพอ + ห้องนวดเป็นสัดส่วน  
มิดชิด เป็นส่วนตัว + ห้องนวดกว้างขวางไม่อึดอัด  
สะดวกสบาย) x (7/21)

สิ่งนำเสนอทางกายภาพ = (การตกแต่งสถานที่ทั่วทั้งบริเวณ + สิ่งอำนวยความสะดวก  
สะดวกภายใน + บรรยากาศเหมาะสม) x (7/21)

ที่ตั้ง = (การเดินทางไปสถานที่บริการนวดแผนไทย) x (7/7)

ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ตามตารางที่ 4.2.6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ แสดงค่าทางสถิติอธิบายค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล (N) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) และท้ายตารางได้นำเสนอค่าทางสถิติ Chi-Square, d.f. (Degree of freedom), F. (Significance) การอ่านค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05

(6) กลุ่มอาชีพของผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อความแตกต่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีวิธีคิดระดับความพึงพอใจด้านราคา เมื่อได้คะแนนรวมแล้วนำไปปรับให้คะแนนเต็มเท่ากับ 7 แต่เนื่องจากปัจจัยด้านราคามีหัวข้อหลักเพียงข้อเดียวคือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ จึงสามารถนำคะแนนดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับวิธีการวัด D-T Scale 7 ระดับ ได้โดยไม่ต้องนำไปหารกับตัวแปรอื่น ได้ดังนี้

คะแนนระดับความพึงพอใจด้านราคา = (ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ)



ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตาราง ตามตารางที่ 4.2.7 แสดงระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านราคา แสดงค่าทางสถิติอธิบายค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล (N) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) และท้ายตารางได้นำเสนอค่าทางสถิติ Chi-Square, d.f. (Degree of freedom), F. (Significance) การอ่านค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05

(7) คุณลักษณะที่ต่างกันของผู้ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน เพื่อแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficients) ตัวแปรทั้ง 2 ตัว คือค่าของความสัมพัทธ์อยู่ระหว่าง -1 ถึง +1 แสดงความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร ซึ่งได้นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับคุณลักษณะผู้ให้บริการวัดแผนไทย ตามตารางที่ 4.2.8

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและคำแนะนำ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมความคิดเห็นทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างและนำเสนอในหัวข้อ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา บทที่ 5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 375 ตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งได้แบ่งนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ

4.3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการบริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้

จากตาราง 4.1 พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 ตัวอย่าง เป็นเพศชายร้อยละ 59.5 เพศหญิงร้อยละ 40.5

กลุ่มอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี) ร้อยละ 38.7 กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) ร้อยละ 28.5 และกลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี) ร้อยละ 32.8

สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สถานภาพการสมรสเป็นโสดร้อยละ 42.1 สถานภาพการสมรสแต่งงานแล้วร้อยละ 48.5 และจัดกลุ่มสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายร้อยละ 9.3

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 26.1 ระดับปริญญาตรีร้อยละ 66.4 และสูงกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 7.5

กลุ่มอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มอาชีพเกษตรกรร้อยละ 3.5 กลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ (อาชีพเกษียณ อาชีพนักเรียน นักศึกษา อาชีพแม่บ้าน) ร้อยละ 34.7 กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 26.4 กลุ่มอาชีพรับจ้าง (อาชีพครู อาจารย์ อาชีพพนักงานเอกชน) ร้อยละ 35.5

ระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศร้อยละ 3.5 ระดับรายได้เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศร้อยละ 73.9 และระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศร้อยละ 22.7

ประเทศที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอเมริกา ร้อยละ 13.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปยุโรปร้อยละ 29.6 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปเอเชียร้อยละ 48.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริการ้อยละ 0.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปออสเตรเลียร้อยละ 8.8

กลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางออกนอกประเทศเพื่อท่องเที่ยวหรือวัตถุประสงค์อื่นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยเดินทางออกนอกประเทศเพื่อท่องเที่ยวหรือวัตถุประสงค์อื่นจำนวน 1-5 ครั้งร้อยละ 60.3 จำนวน 6-10 ครั้งร้อยละ 25.9 และจำนวนมากกว่า 10 ครั้งร้อยละ 13.9

กลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวร้อยละ 19.5 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนร้อยละ 44.3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวร้อยละ 29.1 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มทัวร์ร้อยละ 7.2

กลุ่มตัวอย่างรู้จักนวดแผนไทยได้อย่างไรพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักนวดแผนไทยจากเพื่อนและญาติร้อยละ 45.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักนวดแผนไทยจากหนังสือและนิตยสารร้อยละ 21.9 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักนวดแผนไทยจากบริษัททัวร์ร้อยละ 18.9 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักนวดแผนไทยจากเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตร้อยละ 14.1

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยจำนวนไม่เกิน 10 ครั้งร้อยละ 88.8 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยจำนวนมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไปร้อยละ 11.2

กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการนวดแผนไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเพื่อการผ่อนคลายความเครียดจำนวนร้อยละ 48.8 มาเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อจำนวนร้อยละ 40.5 มาเพื่อทดลองดูจำนวนร้อยละ 4.3 และรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยวจำนวนร้อยละ 6.4

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

| ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง | ร้อยละ        |
|------------------------|---------------|
| 1. เพศ                 |               |
| ชาย                    | 59.5          |
| หญิง                   | 40.5          |
| รวม                    | 100.0 (n=375) |

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง        | ร้อยละ        |
|-------------------------------|---------------|
| 2. อายุ                       |               |
| กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี)    | 38.7          |
| กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) | 28.5          |
| กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี)     | 32.8          |
| รวม                           | 100.0 (n=375) |
| 3. สถานภาพการสมรส             |               |
| โสด                           | 42.1          |
| แต่งงาน                       | 48.5          |
| หย่าและหม้าย                  | 9.3           |
| รวม                           | 100.0 (n=375) |
| 4. ระดับการศึกษา              |               |
| ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี         | 26.1          |
| ระดับปริญญาตรี                | 66.4          |
| สูงกว่าระดับปริญญาตรี         | 7.5           |
| รวม                           | 100.0 (n=375) |
| 5. อาชีพ                      |               |
| เกษตรกร                       | 3.5           |
| รับจ้าง                       | 35.5          |
| ธุรกิจส่วนตัว                 | 26.4          |
| งานที่ไม่มีรายได้             | 34.7          |
| รวม                           | 100.0 (n=375) |
| 6. ระดับรายได้                |               |
| สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ      | 22.7          |
| เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ      | 73.9          |
| ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ      | 3.5           |
| รวม                           | 100.0 (n=375) |

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง                     | ร้อยละ        |
|--|---------------|
| 7. ทวีปที่อยู่อาศัย                        |               |
| ทวีปอเมริกา                                | 13.1          |
| ทวีปยุโรป                                  | 29.6          |
| ทวีปเอเชีย                                 | 48.3          |
| ทวีปแอฟริกา                                | 0.3           |
| ทวีปออสเตรเลีย                             | 8.8           |
| รวม  | 100.0 (n=375) |
| 8. ช่วงจำนวนครั้งที่เคยเดินทางออกนอกประเทศ |               |
| จำนวน 1-5 ครั้ง                            | 60.3          |
| จำนวน 6-10 ครั้ง                           | 25.9          |
| จำนวนมากกว่า 10 ครั้ง                      | 13.9          |
| รวม  | 100.0 (n=375) |
| 9. เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร           |               |
| คนเดียว                                    | 19.5          |
| เพื่อน                                     | 44.3          |
| ครอบครัว                                   | 29.1          |
| กลุ่มทัวร์                                 | 7.2           |
| รวม  | 100.0 (n=375) |
| 10. ผู้จัดงานคนไทย                         |               |
| เพื่อนและญาติ                              | 45.1          |
| หนังสือและนิตยสาร                          | 21.9          |
| บริษัททัวร์                                | 18.9          |
| เว็บไซต์และอินเทอร์เน็ต                    | 14.1          |
| รวม  | 100.0 (n=375) |
| 11. จำนวนครั้งที่เคยจัดงานคนไทย            |               |
| จำนวนไม่เกิน 10 ครั้ง                      | 88.8          |
| จำนวนมากกว่า 10 ครั้ง                      | 11.2          |
| รวม  | 100.0 (n=375) |

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

| ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง        | ร้อยละ        |
|-------------------------------|---------------|
| 12.วัตถุประสงค์ในการวางแผนไทย |               |
| การผ่อนคลายความเครียด         | 48.8          |
| เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ       | 40.5          |
| ทดลองดู                       | 4.3           |
| รวมอยู่ในรายการท่องเที่ยว     | 6.4           |
| รวม                           | 100.0 (n=375) |

#### 4.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ

จากตาราง 4.2.1 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านการบริการ วิธีการนวด ผลการนวด และกระบวนการ มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อ กระบวนการ ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกันเฉพาะ หัวข้อหลัก กระบวนการ เท่านั้น

ตาราง 4.2.1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการบริการ

| เพศ        | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |              |     |      |            |     |      |            |     |      |
|------------|--------------------------|-----|------|--------------|-----|------|------------|-----|------|------------|-----|------|
|            | การบริการ                |     |      | วิธีการนำวัด |     |      | ผลการนำวัด |     |      | กระบวนการ  |     |      |
|            | Mean                     | N   | S.D. | Mean         | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. |
| 1. เพศชาย  | 5.69                     | 223 | 0.61 | 6.01         | 223 | 0.69 | 6.07       | 223 | 0.75 | 5.00       | 223 | 0.90 |
| 2. เพศหญิง | 5.59                     | 152 | 0.58 | 6.00         | 152 | 0.65 | 5.97       | 152 | 0.73 | 4.81       | 152 | 0.89 |
| รวม        | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00         | 375 | 0.67 | 6.03       | 375 | 0.74 | 4.92       | 375 | 0.90 |
|            | d.f.= 1                  |     |      | d.f.= 1      |     |      | d.f.= 1    |     |      | d.f.= 1    |     |      |
|            | F.= 2.503                |     |      | F.= 0.019    |     |      | F.= 1.738  |     |      | F.= 3.910  |     |      |
|            | Sig.= .114               |     |      | Sig.= .889   |     |      | Sig.= .188 |     |      | Sig.= .049 |     |      |

จากตาราง 4.2.2 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการไม่แตกต่างกันมากนักและมีความพึงพอใจตามหัวข้อหลักเหมือนกันทุกข้อ โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในทุกข้อมากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ดังนั้นทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันเฉพาะหัวข้อหลักคือ ความสะอาดของผู้ให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตาราง 4.2.2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินในด้านผู้ให้บริการ

| เพศ        | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                              |     |      |                               |     |      |                           |     |      |
|------------|-----------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|-------------------------------|-----|------|---------------------------|-----|------|
|            | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาด<br>ของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถ<br>ในการนวด |     |      | ลักษณะของ<br>ผู้ให้บริการ |     |      |
|            | Mean                        | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                          | N   | S.D. | Mean                      | N   | S.D. |
| 1. เพศชาย  | 4.85                        | 223 | 0.97 | 4.82                         | 223 | 1.01 | 5.64                          | 223 | 1.11 | 4.09                      | 223 | 1.20 |
| 2. เพศหญิง | 4.69                        | 152 | 0.95 | 4.58                         | 152 | 0.94 | 5.52                          | 152 | 1.17 | 3.96                      | 152 | 1.10 |
| รวม        | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                         | 375 | 0.99 | 5.59                          | 375 | 1.14 | 4.04                      | 375 | 1.16 |
|            | d.f.= 1                     |     |      | d.f.= 1                      |     |      | d.f.= 1                       |     |      | d.f.= 1                   |     |      |
|            | F.= 2.455                   |     |      | F.= 5.103                    |     |      | F.= 0.918                     |     |      | F.= 1.087                 |     |      |
|            | Sig.= .118                  |     |      | Sig.= .024                   |     |      | Sig.= .339                    |     |      | Sig.= .298                |     |      |

จากตาราง 4.2.3 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อย ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.2.3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด

| เพศ        | ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|------------|-----------------------------------|-----|------|
|            | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. เพศชาย  | 2.98                              | 223 | 1.46 |
| 2. เพศหญิง | 2.81                              | 152 | 1.19 |
| รวม        | 2.91                              | 375 | 1.36 |

d.f.= 1 F.= 1.323 Sig.= 0.251

จากตาราง 4.2.4 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน

ตาราง 4.2.4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านราคา

| เพศ        | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|------------|---------------------|-----|------|
|            | Mean                | N   | S.D. |
| 1. เพศชาย  | 5.31                | 223 | 1.13 |
| 2. เพศหญิง | 5.06                | 152 | 1.04 |
| รวม        | 5.21                | 375 | 1.10 |

d.f.= 1 F.= 4.762 Sig.= .003

จากตาราง 4.2.5 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่ากลุ่มอายุอื่น รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อยและกลุ่มอายุมาก ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละกลุ่มอายุมีความพึงพอใจในด้านราคาไม่แตกต่างกันมากนักและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.2.5 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านราคา

| กลุ่มอายุ                        | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|----------------------------------|---------------------|-----|------|
|                                  | Mean                | N   | S.D. |
| 1. กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี)    | 5.20                | 145 | 1.09 |
| 2. กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) | 5.27                | 107 | 1.04 |
| 3. กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี)     | 5.18                | 123 | 1.18 |
| รวม                              | 5.21                | 375 | 1.10 |

d.f.= 2 F.=0.189 Sig.= .828

จากตาราง 4.2.6 ผลการศึกษาพบว่า ในแต่ละกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ซึ่งเรียงลำดับความพึงพอใจตามหัวข้อหลักไม่แตกต่างกัน กลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าห้องนวดแตกต่างจากกลุ่มอาชีพอื่นและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.2.6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| กลุ่มอาชีพ           | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                     |     |      |             |     |      |                     |     |      |             |     |      |
|----------------------|--|-----|------|---------------------|-----|------|-------------|-----|------|---------------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                      | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาดของสถานที่ |     |      | ห้องนอน     |     |      | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง     |     |      |
|                      | Mean   | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. เกษตรกร           | 3.99   | 13  | 1.03 | 4.83                | 13  | 1.32 | 4.23        | 13  | 1.05 | 4.00                | 13  | 0.66 | 2.92        | 13  | 1.55 |
| 2. รับจ้าง           | 4.28   | 133 | 1.13 | 5.06                | 133 | 1.12 | 4.30        | 133 | 1.15 | 4.02                | 133 | 1.17 | 3.74        | 133 | 1.86 |
| 3. ธุรกิจส่วนตัว     | 4.47   | 99  | 1.12 | 5.22                | 99  | 1.12 | 4.40        | 99  | 1.21 | 4.30                | 99  | 1.11 | 3.97        | 99  | 1.75 |
| 4. งานที่ไม่มีรายได้ | 4.34   | 130 | 1.11 | 5.17                | 130 | 1.15 | 4.21        | 130 | 1.23 | 4.04                | 130 | 1.29 | 3.95        | 130 | 1.68 |
| รวม                  | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                | 375 | 1.14 | 4.29        | 375 | 1.19 | 4.10                | 375 | 1.19 | 3.85        | 375 | 1.76 |
|                      | d.f. = 3                                     |     |      | d.f. = 3            |     |      | d.f. = 3    |     |      | d.f. = 3            |     |      | d.f. = 3    |     |      |
|                      | F. = 1.022                                   |     |      | F.= 0.739           |     |      | F.= 0.494   |     |      | F.= 1.304           |     |      | F.= 1.685   |     |      |
|                      | Sig. = 0.383                                 |     |      | Sig.= 0.529         |     |      | Sig.= 0.687 |     |      | Sig.= 0.273         |     |      | Sig.= 0.170 |     |      |

จากตาราง 4.2.7 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น โดยในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจในด้านราคาไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านราคาแตกต่างกัน

ตาราง 4.2.7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านราคา

| กลุ่มอาชีพ           | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|----------------------|---------------------|-----|------|
|                      | Mean                | N   | S.D. |
| 1. เกษตรกร           | 4.84                | 13  | 0.98 |
| 2. รับจ้าง           | 5.08                | 133 | 1.00 |
| 3. ธุรกิจส่วนตัว     | 5.50                | 99  | 1.09 |
| 4. งานที่ไม่มีรายได้ | 5.16                | 130 | 1.18 |
| รวม                  | 5.21                | 375 | 1.10 |

d.f. = 3 F. = 3.530 Sig. = .015

จากตาราง 4.2.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับคุณลักษณะผู้ให้บริการนวดแผนไทย พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกหัวข้อและยังพบความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อหลักทุกข้อเช่นกัน โดยพบว่ายิ่งผู้ให้บริการมีขั้นตอนและความคล่องแคล่วในการนวดมากขึ้นเท่าใดย่อมทำให้ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการนวดมากขึ้นเท่านั้น และผู้ให้บริการมีลักษณะการแต่งกายที่ดีซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการมีความสะอาดมากขึ้นตามลำดับ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อหลักอื่นๆ ที่สัมพันธ์กันน้อยที่สุดคือความสัมพันธ์ระหว่าง ความสุภาพและมารยาทของผู้ให้บริการกับขั้นตอนและความคล่องแคล่วในการนวด

ตาราง 4.2.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับคุณลักษณะผู้ให้บริการนวดแผนไทย

|   |                | 1.    | 2.    | 3.    | 4.    | 5.    | 6.  | 7. | 8. | 9. | 10. | 11. | 12. |
|---|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|----|----|----|-----|-----|-----|
| 1. ความสะอาดของผู้ให้บริการ             | r <sup>2</sup> | 1     |       |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | Sig.           |       |       |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | n              | 375   |       |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
| 2. น้ำตา                                | r <sup>2</sup> | .99** | 1     |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | Sig.           | .00   |       |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | n              | 375   | 375   |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
| 3. การแต่งกาย                           | r <sup>2</sup> | .99** | .96** | 1     |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   |       |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
| 4. ความรู้ความสามารถในการนวด            | r <sup>2</sup> | .63** | .63** | .64** | 1     |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   |       |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   |       |     |    |    |    |     |     |     |
| 5. ขั้นตอนและความคล่องแคล่ว<br>ในการนวด | r <sup>2</sup> | .64** | .63** | .64** | 1.0** | 1     |     |    |    |    |     |     |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   |       |     |    |    |    |     |     |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   |     |    |    |    |     |     |     |
| 6. ลักษณะของผู้ให้บริการ                | r <sup>2</sup> | .82** | .81** | .80** | .54** | .54** | 1   |    |    |    |     |     |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |     |    |    |    |     |     |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375 |    |    |    |     |     |     |

ตาราง 4.2.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับคุณลักษณะผู้ให้บริการนวดแผนไทย (ต่อ)

|   |                | 1.    | 2.    | 3.    | 4.    | 5.    | 6.    | 7.    | 8.    | 9.    | 10.   | 11.   | 12. |
|---|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 7. จำนวนของพนักงานในการให้บริการนวด                   | r <sup>2</sup> | .73** | .74** | .75** | .59** | .59** | .88** | 1     |       |       |       |       |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |       |       |       |       |       |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   |       |       |       |     |
| 8. มีความสนใจในการให้บริการ                           | r <sup>2</sup> | .77** | .77** | .76** | .49** | .49** | .94** | .83** | 1     |       |       |       |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |       |       |       |       |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   |       |       |     |
| 9. ความสุภาพและมารยาทดี                               | r <sup>2</sup> | .74** | .74** | .73** | .45** | .45** | .94** | .78** | .91** | 1     |       |       |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |       |       |       |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   |       |     |
| 10. ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารทางด้านภาษาต่างประเทศได้ | r <sup>2</sup> | .69** | .69** | .67** | .46** | .46** | .84** | .64** | .69** | .72** | 1     |       |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |       |       |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   |     |
| 11. ลักษณะของผู้ให้บริการ                             | r <sup>2</sup> | .92*  | .91** | .91** | .83** | .83** | .89** | .84** | .83** | .81** | .75** | 1     |     |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |       |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375 |
| 12. คะแนนความพึงพอใจหลังการใช้บริการโดยรวม            | r <sup>2</sup> | .84** | .83** | .83** | .72** | .72** | .86** | .78** | .79** | .77** | .78** | .92** | 1   |
|   | Sig.           | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   | .00   |     |
|   | n              | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375   | 375 |

\*\* .สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (2-tailed)

4.3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแยกตามปัจจัย 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการบริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา

จากตาราง 4.3.1 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อยในทุกหัวข้อ และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในหัวข้อหลัก ห้องนวด ที่ตั้ง ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ห้องนวด ที่ตั้ง แตกต่างกัน



ตาราง 4.3.1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| เพศ        | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                         |     |      |             |     |      |                         |     |      |             |     |      |
|------------|--|-----|------|-------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------------------|-----|------|-------------|-----|------|
|            | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาด<br>ของสถานที่ |     |      | ห้องนอน     |     |      | สิ่งนำเสนอ<br>ทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง     |     |      |
|            | Mean   | N   | S.D. | Mean                    | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean                    | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. เพศชาย  | 4.44   | 223 | 1.13 | 5.22                    | 223 | 1.11 | 4.39        | 223 | 1.22 | 4.16                    | 223 | 1.22 | 4.00        | 223 | 1.72 |
| 2. เพศหญิง | 4.19   | 152 | 1.09 | 4.99                    | 152 | 1.16 | 4.14        | 152 | 1.12 | 4.01                    | 152 | 1.12 | 3.63        | 152 | 1.81 |
| รวม        | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                    | 375 | 1.14 | 4.29        | 375 | 1.19 | 4.10                    | 375 | 1.19 | 3.85        | 375 | 1.76 |
|            | d.f. = 1                                     |     |      | d.f. = 1                |     |      | d.f. = 1    |     |      | d.f. = 1                |     |      | d.f. = 1    |     |      |
|            | F. = 4.469                                   |     |      | F. = 3.624              |     |      | F. = 3.867  |     |      | F. = 1.505              |     |      | F. = 3.954  |     |      |
|            | Sig. = .035                                  |     |      | Sig. = .058             |     |      | Sig. = .050 |     |      | Sig. = .221             |     |      | Sig. = .047 |     |      |

จากตาราง 4.3.2 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ซึ่งแต่ละกลุ่มอายุมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่างกันเพียงเล็กน้อย และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในหัวข้อหลักคือ วิธีการนวด กระบวนการนวด ดังนั้น กลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในวิธีการนวด กระบวนการนวด แตกต่างกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการบริการ

| กลุ่มอายุ                        | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |             |     |      |             |     |      |             |     |      |
|----------------------------------|--------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                                  | การบริการ                |     |      | วิธีการนวด  |     |      | ผลการนวด    |     |      | กระบวนการ   |     |      |
|                                  | Mean                     | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี)    | 5.67                     | 145 | 0.68 | 5.94        | 145 | 0.74 | 6.01        | 145 | 0.74 | 5.07        | 145 | 0.93 |
| 2. กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) | 5.62                     | 107 | 0.61 | 5.93        | 107 | 0.65 | 6.02        | 107 | 0.78 | 4.91        | 107 | 0.89 |
| 3. กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี)     | 5.65                     | 123 | 0.48 | 6.13        | 123 | 0.59 | 6.06        | 123 | 0.71 | 4.76        | 123 | 0.86 |
| รวม                              | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00        | 375 | 0.67 | 6.03        | 375 | 0.74 | 4.92        | 375 | 0.90 |
|                                  | d.f. = 2                 |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      |
|                                  | F. = 0.235               |     |      | F. = 3.475  |     |      | F. = 0.142  |     |      | F. = 3.875  |     |      |
|                                  | Sig. = .079              |     |      | Sig. = .032 |     |      | Sig. = .086 |     |      | Sig. = .022 |     |      |

จากตาราง 4.3.3 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในหัวข้อหลักคือ ห้องนวด ดังนั้นกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจห้องนวดแตกต่างกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.3 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| กลุ่มอายุ                        | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                     |     |      |             |     |      |                     |     |      |             |     |      |
|----------------------------------|--|-----|------|---------------------|-----|------|-------------|-----|------|---------------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                                  | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาดของสถานที่ |     |      | ห้องนวด     |     |      | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง     |     |      |
|                                  | Mean   | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี)    | 4.39   | 145 | 1.03 | 5.20                | 145 | 0.97 | 4.46        | 145 | 1.06 | 4.23                | 145 | 1.12 | 3.66        | 145 | 1.86 |
| 2. กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) | 4.33   | 107 | 1.23 | 5.04                | 107 | 1.25 | 4.30        | 107 | 1.24 | 4.09                | 107 | 1.25 | 3.87        | 107 | 1.80 |
| 3. กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี)     | 4.30   | 123 | 1.13 | 5.12                | 123 | 1.22 | 4.08        | 123 | 1.26 | 3.96                | 123 | 1.20 | 4.04        | 123 | 1.59 |
| รวม                              | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                | 375 | 1.14 | 4.29        | 375 | 1.19 | 4.10                | 375 | 1.19 | 3.85        | 375 | 1.76 |
|                                  | d.f. = 2                                     |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2    |     |      |
|                                  | F. = 0.205                                   |     |      | F. = 0.607          |     |      | F. = 3.301  |     |      | F. = 1.773          |     |      | F. = 1.615  |     |      |
|                                  | Sig. = .815                                  |     |      | Sig. = .545         |     |      | Sig. = .038 |     |      | Sig. = .171         |     |      | Sig. = .200 |     |      |

จากตาราง 4.3.4 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่ากลุ่มอายุอื่น โดยแต่ละกลุ่มอายุมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการแตกต่างกันเล็กน้อย โดยแต่ละกลุ่มเรียงลำดับความพึงพอใจในทุกหัวข้อหลักเหมือนกัน คือ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านผู้ให้บริการและในหัวข้อหลักคือ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนวด ลักษณะของผู้ให้บริการ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการและในหัวข้อหลักทุกข้อแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.4 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านผู้ให้บริการ

| กลุ่มอายุ                        | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                              |     |      |                               |     |      |                           |     |      |
|----------------------------------|-----------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|-------------------------------|-----|------|---------------------------|-----|------|
|                                  | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาด<br>ของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถ<br>ในการนวด |     |      | ลักษณะของ<br>ผู้ให้บริการ |     |      |
|                                  | Mean                        | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                          | N   | S.D. | Mean                      | N   | S.D. |
| 1. กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี)    | 4.96                        | 145 | 0.94 | 4.84                         | 145 | 0.95 | 5.77                          | 145 | 1.18 | 4.26                      | 145 | 1.06 |
| 2. กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) | 4.81                        | 107 | 1.04 | 4.77                         | 107 | 1.10 | 5.61                          | 107 | 1.19 | 4.05                      | 107 | 1.25 |
| 3. กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี)     | 4.55                        | 123 | 0.88 | 4.53                         | 123 | 0.91 | 5.36                          | 123 | 1.00 | 3.77                      | 123 | 1.16 |
| รวม                              | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                         | 375 | 0.99 | 5.59                          | 375 | 1.14 | 4.04                      | 375 | 1.16 |
|                                  | d.f. = 2                    |     |      | d.f. = 2                     |     |      | d.f. = 2                      |     |      | d.f. = 2                  |     |      |
|                                  | F. = 5.980                  |     |      | F. = 3.504                   |     |      | F. = 4.333                    |     |      | F. = 6.054                |     |      |
|                                  | Sig. = .003                 |     |      | Sig. = .031                  |     |      | Sig. = .014                   |     |      | Sig. = .003               |     |      |

จากตาราง 4.3.5 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยและกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ ซึ่งไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.3.5 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด

| กลุ่มอายุ                        | ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|----------------------------------|-----------------------------------|-----|------|
|                                  | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี)    | 3.01                              | 145 | 1.29 |
| 2. กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) | 3.01                              | 107 | 1.47 |
| 3. กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี)     | 2.71                              | 123 | 1.34 |
| รวม                              | 2.91                              | 375 | 1.36 |

d.f.= 2 F.= 1.929 Sig.= .147

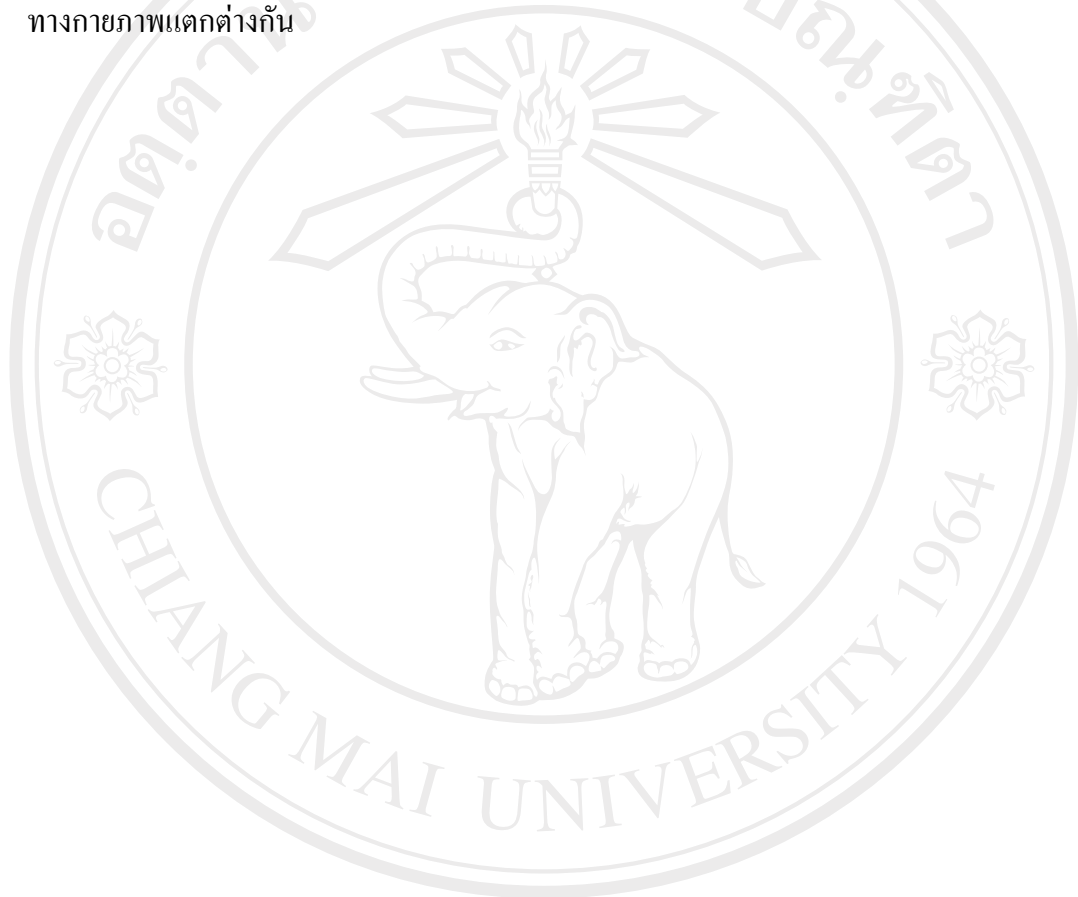
จากตาราง 4.3.6 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านการบริการไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังเรียงลำดับความพึงพอใจในแต่ละหัวข้อหลักเหมือนกันคือ ผลการนัด วิธีการนัด กระบวนการ และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลัก กระบวนการ ดังนั้นกล่าวได้ว่าสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้มีความพึงพอใจกระบวนการแตกต่างกัน



ตาราง 4.3.6 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการบริการ

| สถานภาพการสมรส  | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |             |     |      |             |     |      |             |     |      |
|-----------------|--------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                 | การบริการ                |     |      | วิธีการนัด  |     |      | ผลการนัด    |     |      | กระบวนการ   |     |      |
|                 | Mean                     | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. โสด          | 5.66                     | 158 | 0.68 | 5.94        | 158 | 0.72 | 5.97        | 158 | 0.78 | 5.06        | 158 | 0.96 |
| 2. แต่งงาน      | 5.63                     | 182 | 0.53 | 6.06        | 182 | 0.62 | 6.06        | 182 | 0.71 | 4.78        | 182 | 0.83 |
| 3. หย่าและหม้าย | 5.72                     | 35  | 0.55 | 6.00        | 35  | 0.68 | 6.14        | 35  | 0.75 | 5.02        | 35  | 0.86 |
| รวม             | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00        | 375 | 0.67 | 6.03        | 375 | 0.74 | 4.92        | 375 | 0.90 |
|                 | d.f. = 2                 |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      |
|                 | F. = 0.322               |     |      | F. = 1.327  |     |      | F. = 1.060  |     |      | F. = 4.344  |     |      |
|                 | Sig. = .725              |     |      | Sig. = .267 |     |      | Sig. = .347 |     |      | Sig. = .014 |     |      |

จากตาราง 4.3.7 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสหย่า และหม้ายมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าสถานภาพการสมรสอื่น โดยแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพไม่แตกต่างกัน และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลักคือ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ดังนั้น สถานภาพการสมรสที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทำให้มีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพแตกต่างกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.7 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| สถานภาพการสมรส  | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                     |     |      |             |     |      |                     |     |      |             |     |      |
|-----------------|--|-----|------|---------------------|-----|------|-------------|-----|------|---------------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                 | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาดของสถานที่ |     |      | ห้องนอน     |     |      | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง     |     |      |
|                 | Mean   | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. โสด          | 4.39   | 158 | 1.07 | 5.16                | 158 | 1.03 | 4.46        | 158 | 1.11 | 4.25                | 158 | 1.13 | 3.67        | 158 | 1.90 |
| 2. แต่งงาน      | 4.28   | 182 | 1.15 | 5.09                | 182 | 1.25 | 4.15        | 182 | 1.23 | 3.92                | 182 | 1.20 | 3.95        | 182 | 1.60 |
| 3. หย่าและหม้าย | 4.47   | 35  | 1.19 | 5.17                | 35  | 1.01 | 4.29        | 35  | 1.26 | 4.33                | 35  | 1.24 | 4.11        | 35  | 1.90 |
| รวม             | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                | 375 | 1.14 | 4.29        | 375 | 1.19 | 4.10                | 375 | 1.19 | 3.85        | 375 | 1.76 |
|                 | d.f. = 2                                     |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2    |     |      |
|                 | F. = 0.659                                   |     |      | F. = 0.174          |     |      | F. = 2.927  |     |      | F. = 3.942          |     |      | F. = 1.443  |     |      |
|                 | Sig. = .518                                  |     |      | Sig. = .840         |     |      | Sig. = .055 |     |      | Sig. = .020         |     |      | Sig. = .238 |     |      |

จากตาราง 4.3.8 ผลการศึกษาพบว่า แต่ละสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการไม่แตกต่างกันมากนัก เรียงลำดับความพึงพอใจเหมือนกันตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนัด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านผู้ให้บริการ หัวข้อหลักคือ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ดังนั้นสรุปได้ว่าสถานภาพการสมรสที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.8 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านผู้ให้บริการ

| สถานภาพการสมรส  | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                          |     |      |                          |     |      |                       |     |      |
|-----------------|-----------------------------|-----|------|--------------------------|-----|------|--------------------------|-----|------|-----------------------|-----|------|
|                 | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาดของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถในการนำ |     |      | ลักษณะของผู้ให้บริการ |     |      |
|                 | Mean                        | N   | S.D. | Mean                     | N   | S.D. | Mean                     | N   | S.D. | Mean                  | N   | S.D. |
| 1. โสด          | 4.96                        | 158 | 1.00 | 4.87                     | 158 | 1.03 | 5.71                     | 158 | 1.20 | 4.30                  | 158 | 1.14 |
| 2. แต่งงาน      | 4.61                        | 182 | 0.91 | 4.58                     | 182 | 0.93 | 5.45                     | 182 | 1.08 | 3.81                  | 182 | 1.12 |
| 3. หย่าและหม้าย | 4.89                        | 35  | 0.95 | 4.78                     | 35  | 1.00 | 5.80                     | 35  | 1.05 | 4.08                  | 35  | 1.25 |
| รวม             | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                     | 375 | 0.99 | 5.59                     | 375 | 1.14 | 4.04                  | 375 | 1.16 |
|                 | d.f. = 2                    |     |      | d.f. = 2                 |     |      | d.f. = 2                 |     |      | d.f. = 2              |     |      |
|                 | F. = 5.860                  |     |      | F. = 3.825               |     |      | F. = 2.933               |     |      | F. = 7.703            |     |      |
|                 | Sig. = .003                 |     |      | Sig. = .023              |     |      | Sig. = .054              |     |      | Sig. = .001           |     |      |

จากตาราง 4.3.9 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าสถานภาพการสมรสอื่น จะเห็นได้ว่าระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.3.9 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด

| สถานภาพการสมรส  | ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|-----------------|-----------------------------------|-----|------|
|                 | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. โสด          | 3.07                              | 158 | 1.41 |
| 2. แต่งงาน      | 2.74                              | 182 | 1.29 |
| 3. หย่าและหม้าย | 3.10                              | 35  | 1.41 |
| รวม             | 2.91                              | 375 | 1.36 |

d.f.= 2 F.= 2.955 Sig.= .053

จากตาราง 4.3.10 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้ว ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านราคาต่างกันที่ 0.42 และไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.3.10 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติน  
ในด้านราคา

| สถานภาพการสมรส  | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|-----------------|---------------------|-----|------|
|                 | Mean                | N   | S.D. |
| 1. โสด          | 5.18                | 158 | 1.07 |
| 2. แต่งงาน      | 5.16                | 182 | 1.06 |
| 3. หย่าและหม้าย | 5.60                | 35  | 1.06 |
| รวม             | 5.21                | 375 | 1.10 |

d.f.= 2 F.= 2.365 Sig.= .095

จากตาราง 4.3.11 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินแต่ละระดับการศึกษา มีความพึงพอใจด้านการบริการไม่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยห่างกันเพียง 0.02 และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลักคือ ผลการนัด กระบวนการ ดังนั้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินทำให้มีความพึงพอใจผลการนัดและกระบวนการแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.11 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติในด้านการบริการ

| ระดับการศึกษา       | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |             |     |      |             |     |      |             |     |      |
|---------------------|--------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                     | การบริการ                |     |      | วิธีการนวด  |     |      | ผลการนวด    |     |      | กระบวนการ   |     |      |
|                     | Mean                     | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 5.61                     | 98  | 0.64 | 6.09        | 98  | 0.72 | 6.00        | 98  | 0.74 | 4.75        | 98  | 1.04 |
| 2. ระดับปริญญาตรี   | 5.67                     | 249 | 0.57 | 6.00        | 249 | 0.62 | 6.07        | 249 | 0.71 | 4.93        | 249 | 0.82 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 5.63                     | 28  | 0.70 | 5.75        | 28  | 0.87 | 5.71        | 28  | 0.95 | 5.43        | 28  | 0.84 |
| รวม                 | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00        | 375 | 0.67 | 6.03        | 375 | 0.74 | 4.92        | 375 | 0.90 |
|                     | d.f. = 2                 |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      |
|                     | F. = 0.315               |     |      | F. = 2.831  |     |      | F. = 3.103  |     |      | F. = 6.475  |     |      |
|                     | Sig. = .730              |     |      | Sig. = .060 |     |      | Sig. = .046 |     |      | Sig. = .002 |     |      |



จากตาราง 4.3.12 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษา มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลักคือ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพและที่ตั้ง ดังนั้นระดับการศึกษาที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้ง แตกต่างกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.12 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| ระดับการศึกษา       | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                     |     |      |            |     |      |                     |     |      |            |     |      |
|---------------------|--|-----|------|---------------------|-----|------|------------|-----|------|---------------------|-----|------|------------|-----|------|
|                     | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาดของสถานที่ |     |      | ห้องนอน    |     |      | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง    |     |      |
|                     | Mean   | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.41   | 98  | 1.27 | 5.25                | 98  | 1.34 | 4.17       | 98  | 1.32 | 4.00                | 98  | 1.27 | 4.21       | 98  | 1.75 |
| 2. ระดับปริญญาตรี   | 4.27   | 249 | 1.03 | 5.06                | 249 | 1.05 | 4.26       | 249 | 1.09 | 4.08                | 249 | 1.11 | 3.66       | 249 | 1.72 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 4.77   | 28  | 1.26 | 5.31                | 28  | 1.08 | 4.94       | 28  | 1.36 | 4.62                | 28  | 1.45 | 4.21       | 28  | 2.00 |
| รวม                 | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                | 375 | 1.14 | 4.29       | 375 | 1.19 | 4.1                 | 375 | 1.19 | 3.85       | 375 | 1.76 |
|                     | d.f. = 2                                     |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2   |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2   |     |      |
|                     | F. = 2.756                                   |     |      | F.= 1.375           |     |      | F.= 4.743  |     |      | F.= 3.116           |     |      | F.= 4.077  |     |      |
|                     | Sig. = .065                                  |     |      | Sig.= .254          |     |      | Sig.= .009 |     |      | Sig.= .046          |     |      | Sig.= .018 |     |      |

จากตาราง 4.3.13 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่าระดับการศึกษาอื่น อาจกล่าวได้ว่าระดับการศึกษาที่สูงขึ้นในแต่ละระดับทำให้มีความพึงพอใจผู้ให้บริการสูงตามลำดับเช่นกัน ซึ่งยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านผู้ให้บริการและทุกหัวข้อหลักคือ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนำรถ ลักษณะของผู้ให้บริการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจึงมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนำรถ ลักษณะของผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The lamp is flanked by two stylized, multi-pointed star or flame-like shapes. The entire central design is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are also two decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.13 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติด้านผู้ให้บริการ

| ระดับการศึกษา       | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                              |     |      |                                |     |      |                       |     |      |
|---------------------|-----------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|--------------------------------|-----|------|-----------------------|-----|------|
|                     | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาด<br>ของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถ<br>ในการนำรถ |     |      | ลักษณะของผู้ให้บริการ |     |      |
|                     | Mean                        | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                           | N   | S.D. | Mean                  | N   | S.D. |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.62                        | 98  | 1.12 | 4.56                         | 98  | 1.16 | 5.31                           | 98  | 1.06 | 4.00                  | 98  | 1.47 |
| 2. ระดับปริญญาตรี   | 4.77                        | 249 | 0.84 | 4.69                         | 249 | 0.85 | 5.69                           | 249 | 1.15 | 3.92                  | 249 | 0.92 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 5.50                        | 28  | 1.11 | 5.60                         | 28  | 1.10 | 5.67                           | 28  | 1.18 | 5.22                  | 28  | 1.31 |
| รวม                 | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                         | 375 | 0.99 | 5.59                           | 375 | 1.14 | 4.04                  | 375 | 1.16 |
|                     | d.f. = 2                    |     |      | d.f. = 2                     |     |      | d.f. = 2                       |     |      | d.f. = 2              |     |      |
|                     | F. = 9.381                  |     |      | F. = 13.302                  |     |      | F. = 4.018                     |     |      | F. = 16.880           |     |      |
|                     | Sig. = .000                 |     |      | Sig. = .000                  |     |      | Sig. = .019                    |     |      | Sig. = .000           |     |      |

จากตาราง 4.3.14 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษา มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันพอสมควร มีค่าเฉลี่ยต่างกันระหว่างค่าเฉลี่ยสูงสุด และค่าเฉลี่ยต่ำสุดถึง 1.42 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างไม่พึงพอใจจนถึงความรู้สึกพึงพอใจและไม่พึงพอใจเท่ากัน อีกทั้งยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทำให้มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.14 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด

| ระดับการศึกษา       | ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|---------------------|-----------------------------------|-----|------|
|                     | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 3.01                              | 98  | 1.73 |
| 2. ระดับปริญญาตรี   | 2.74                              | 249 | 1.01 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 4.16                              | 28  | 1.91 |
| รวม                 | 2.91                              | 375 | 1.36 |

d.f.= 2 F.= 14.936 Sig.= .000

จากตาราง 4.3.15 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่าระดับการศึกษาอื่น จากตารางอาจกล่าวได้ว่าระดับการศึกษาที่สูงขึ้นในแต่ละระดับทำให้มีความพึงพอใจด้านราคาสูงขึ้นตามลำดับเช่นกัน ซึ่งยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.15 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน  
ด้านราคา

| ระดับการศึกษา       | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|---------------------|---------------------|-----|------|
|                     | Mean                | N   | S.D. |
| 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 4.94                | 98  | 1.08 |
| 2. ระดับปริญญาตรี   | 5.29                | 249 | 1.10 |
| 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 5.46                | 28  | 1.03 |
| รวม                 | 5.21                | 375 | 1.10 |

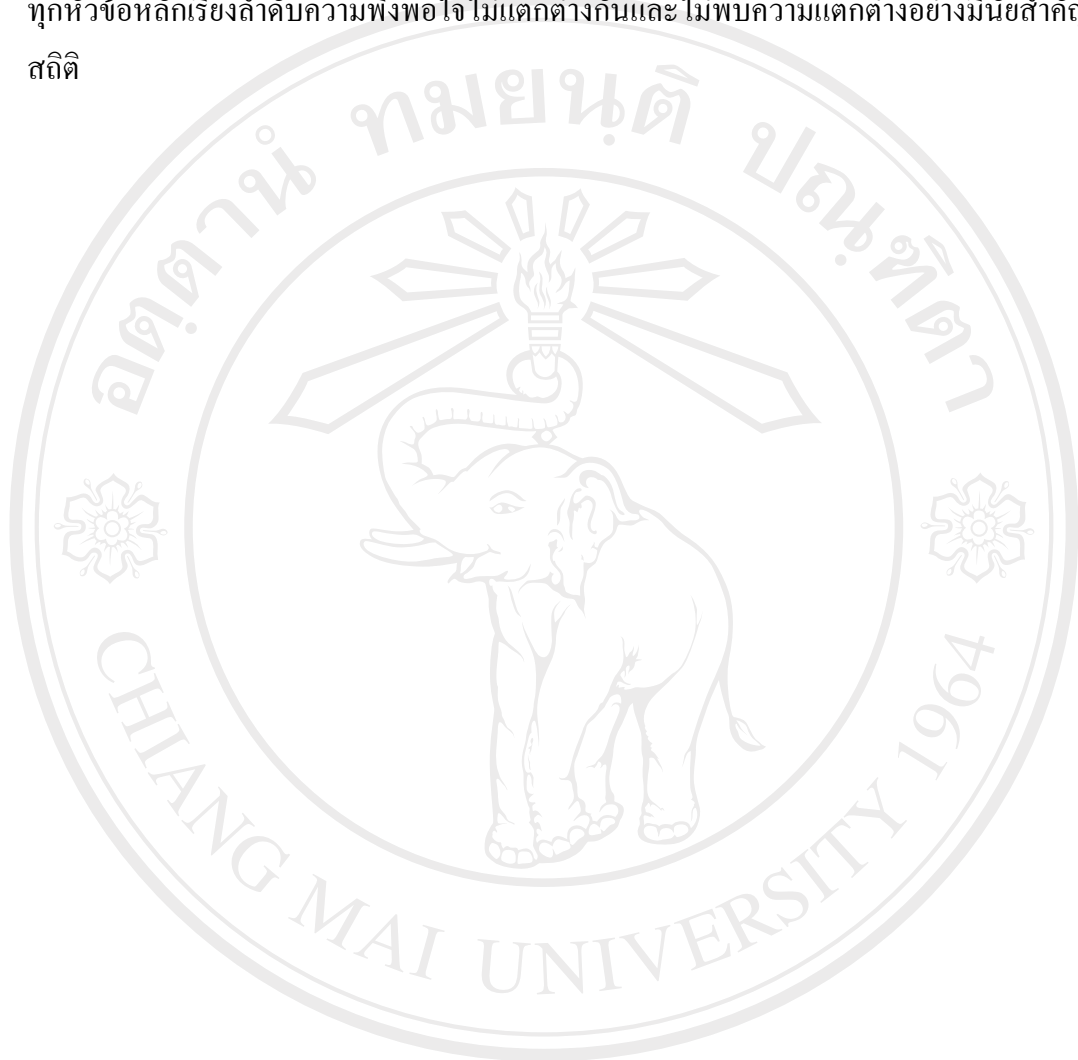
d.f.= 2 F.= 4.240 Sig.= .015

จากตาราง 4.3.16 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มอาชีพมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านการบริการแตกต่างกันระหว่างกลุ่มไม่มากนักในทุกหัวข้อ และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการบริการ หัวข้อหลักคือ วิธีการนัด ผลการนัด ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านการบริการ วิธีการนัด ผลการนัด แตกต่างกัน

ตาราง 4.3.16 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านการบริการ

| กลุ่มอาชีพ           | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |             |     |      |             |     |      |             |     |      |
|----------------------|--------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                      | การบริการ                |     |      | วิธีการนัด  |     |      | ผลการนัด    |     |      | กระบวนการ   |     |      |
|                      | Mean                     | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. เกษตรกร           | 5.70                     | 13  | 0.77 | 6.05        | 13  | 0.81 | 6.07        | 13  | 0.83 | 4.98        | 13  | 1.03 |
| 2. รับจ้าง           | 5.46                     | 133 | 0.65 | 5.74        | 133 | 0.72 | 5.84        | 133 | 0.86 | 4.81        | 133 | 0.87 |
| 3. ธุรกิจส่วนตัว     | 5.68                     | 99  | 0.52 | 5.96        | 99  | 0.63 | 6.09        | 99  | 0.65 | 4.98        | 99  | 0.84 |
| 4. งานที่ไม่มีรายได้ | 5.82                     | 130 | 0.53 | 6.30        | 130 | 0.51 | 6.16        | 130 | 0.64 | 4.99        | 130 | 0.96 |
| รวม                  | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00        | 375 | 0.67 | 6.03        | 375 | 0.74 | 4.92        | 375 | 0.90 |
|                      | d.f. = 3                 |     |      | d.f. = 3    |     |      | d.f. = 3    |     |      | d.f. = 3    |     |      |
|                      | F. = 7.944               |     |      | F. = 17.404 |     |      | F. = 4.389  |     |      | F. = 1.044  |     |      |
|                      | Sig. = .000              |     |      | Sig. = .000 |     |      | Sig. = .005 |     |      | Sig. = .373 |     |      |

จากตาราง 4.3.17 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการในทุกหัวข้อหลักเรียงลำดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตาราง 4.3.17 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติด้านผู้ให้บริการ

| กลุ่มอาชีพ           | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                              |     |      |                              |     |      |                       |     |      |
|----------------------|-----------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|-----------------------|-----|------|
|                      | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาด<br>ของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถ<br>ในการนำ |     |      | ลักษณะของผู้ให้บริการ |     |      |
|                      | Mean                        | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                  | N   | S.D. |
| 1. เกษตรกร           | 4.85                        | 13  | 1.22 | 4.80                         | 13  | 1.14 | 5.46                         | 13  | 1.56 | 4.28                  | 13  | 1.33 |
| 2. รับจ้าง           | 4.80                        | 133 | 1.00 | 4.75                         | 133 | 1.02 | 5.52                         | 133 | 1.22 | 4.11                  | 133 | 1.19 |
| 3. ธุรกิจส่วนตัว     | 4.86                        | 99  | 0.92 | 4.77                         | 99  | 0.98 | 5.78                         | 99  | 1.09 | 4.03                  | 99  | 1.07 |
| 4. งานที่ไม่มีรายได้ | 4.70                        | 130 | 0.94 | 4.64                         | 130 | 0.96 | 5.53                         | 130 | 1.03 | 3.95                  | 130 | 1.19 |
| รวม                  | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                         | 375 | 0.99 | 5.59                         | 375 | 1.14 | 4.04                  | 375 | 1.16 |
|                      | d.f. = 3                    |     |      | d.f. = 3                     |     |      | d.f. = 3                     |     |      | d.f. = 3              |     |      |
|                      | F. = 0.530                  |     |      | F. = 0.473                   |     |      | F. = 1.305                   |     |      | F. = 0.632            |     |      |
|                      | Sig. = .662                 |     |      | Sig. = .701                  |     |      | Sig. = .273                  |     |      | Sig. = .595           |     |      |

จากตาราง 4.3.18 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับความรู้สึกไม่มีความสุขจนถึงระดับค่อนข้างไม่พึงพอใจและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 4.3.18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด

| กลุ่มอาชีพ           | ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|----------------------|-----------------------------------|-----|------|
|                      | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. เกษตรกร           | 2.96                              | 13  | 1.53 |
| 2. รับจ้าง           | 3.00                              | 133 | 1.42 |
| 3. ธุรกิจส่วนตัว     | 2.95                              | 99  | 1.33 |
| 4. งานที่ไม่มีรายได้ | 2.78                              | 130 | 1.31 |
| รวม                  | 2.91                              | 375 | 1.36 |

d.f.= 3 F.= 0.613 Sig.= .607

จากตาราง 4.3.19 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าระดับรายได้อื่น จากตารางอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับรายได้ที่สูงขึ้นในแต่ละระดับทำให้มีความพึงพอใจด้านการบริการสูงขึ้นตามลำดับเช่นกัน ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลักคือ วิธีการนัด ดังนั้นระดับรายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทำให้มีความพึงพอใจ วิธีการนัดแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการบริการ

| ระดับรายได้                 | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |             |     |      |             |     |      |             |     |      |
|-----------------------------|--------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                             | การบริการ                |     |      | วิธีการนวด  |     |      | ผลการนวด    |     |      | กระบวนการ   |     |      |
|                             | Mean                     | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.68                     | 85  | 0.52 | 6.02        | 85  | 0.62 | 6.03        | 85  | 0.75 | 4.97        | 85  | 0.88 |
| 2. เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.65                     | 277 | 0.60 | 6.03        | 277 | 0.66 | 6.04        | 277 | 0.73 | 4.89        | 277 | 0.88 |
| 3. ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.49                     | 13  | 0.97 | 5.38        | 13  | 0.89 | 5.80        | 13  | 0.92 | 5.28        | 13  | 1.37 |
| รวม                         | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00        | 375 | 0.67 | 6.03        | 375 | 0.74 | 4.92        | 375 | 0.90 |
|                             | d.f. = 2                 |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      | d.f. = 2    |     |      |
|                             | F. = 0.543               |     |      | F. = 5.869  |     |      | F. = 0.607  |     |      | F. = 1.361  |     |      |
|                             | Sig. = .581              |     |      | Sig. = .003 |     |      | Sig. = .546 |     |      | Sig. = .258 |     |      |

จากตาราง 4.3.20 ผลการศึกษาพบว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละระดับมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าระดับรายได้อื่น ซึ่งไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 4.3.20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| ระดับรายได้                 | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                     |     |      |            |     |      |                     |     |      |            |     |      |
|-----------------------------|--|-----|------|---------------------|-----|------|------------|-----|------|---------------------|-----|------|------------|-----|------|
|                             | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาดของสถานที่ |     |      | ห้องนวด    |     |      | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง    |     |      |
|                             | Mean   | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. |
| 1. สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 4.41   | 85  | 1.09 | 5.05                | 85  | 1.03 | 4.39       | 85  | 1.27 | 4.24                | 85  | 1.28 | 3.97       | 85  | 1.55 |
| 2. เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ | 4.29   | 277 | 1.14 | 5.15                | 277 | 1.17 | 4.23       | 277 | 1.17 | 4.03                | 277 | 1.16 | 3.76       | 277 | 1.83 |
| 3. ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 4.87   | 13  | 0.76 | 5.26                | 13  | 1.03 | 4.89       | 13  | 0.91 | 4.56                | 13  | 0.98 | 4.76       | 13  | 1.23 |
| รวม                         | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                | 375 | 1.14 | 4.29       | 375 | 1.19 | 4.1                 | 375 | 1.19 | 3.85       | 375 | 1.76 |
|                             | d.f. = 2                                     |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2   |     |      | d.f. = 2            |     |      | d.f. = 2   |     |      |
|                             | F. = 1.841                                   |     |      | F.= 0.352           |     |      | F.= 2.325  |     |      | F.= 1.982           |     |      | F.= 2.280  |     |      |
|                             | Sig. = .160                                  |     |      | Sig.= .703          |     |      | Sig.= .099 |     |      | Sig.= .139          |     |      | Sig.= .104 |     |      |

จากตาราง 4.3.21 ผลการศึกษาพบว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละระดับมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการไม่แตกต่างกันมากนัก โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่าระดับรายได้อื่นซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านผู้ให้บริการและหัวข้อหลักคือ ความสะอาดของผู้ให้บริการและลักษณะของผู้ให้บริการ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการในเรื่องความสะอาดของผู้ให้บริการและลักษณะของผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านผู้ให้บริการ

| ระดับรายได้                 | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                              |     |      |                              |     |      |                           |     |      |
|-----------------------------|-----------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|---------------------------|-----|------|
|                             | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาด<br>ของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถ<br>ในการนำ |     |      | ลักษณะของ<br>ผู้ให้บริการ |     |      |
|                             | Mean                        | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                      | N   | S.D. |
| 1. สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 4.96                        | 85  | 0.96 | 4.94                         | 85  | 0.99 | 5.70                         | 85  | 1.03 | 4.24                      | 85  | 1.27 |
| 2. เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ | 4.70                        | 277 | 0.95 | 4.63                         | 277 | 0.97 | 5.56                         | 277 | 1.17 | 3.92                      | 277 | 1.09 |
| 3. ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.38                        | 13  | 1.06 | 5.26                         | 13  | 1.16 | 5.53                         | 13  | 1.19 | 5.34                      | 13  | 1.07 |
| รวม                         | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                         | 375 | 0.99 | 5.59                         | 375 | 1.14 | 4.04                      | 375 | 1.16 |
|                             | d.f. = 2                    |     |      | d.f. = 2                     |     |      | d.f. = 2                     |     |      | d.f. = 2                  |     |      |
|                             | F. = 4.995                  |     |      | F. = 5.402                   |     |      | F. = 0.524                   |     |      | F. = 11.416               |     |      |
|                             | Sig. = .007                 |     |      | Sig. = .005                  |     |      | Sig. = .592                  |     |      | Sig. = .000               |     |      |

จากตาราง 4.3.22 ผลการศึกษาพบว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นแต่ละระดับมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นมีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดมากกว่าระดับรายได้อื่น อีกทั้งยังพบว่ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างไม่พึงพอใจจนถึงระดับความรู้สึกพึงพอใจและไม่พึงพอใจเท่ากัน ซึ่งยังพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นในการส่งเสริมการตลาด

| ระดับรายได้                 | ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|-----------------------------|---------------------------------|-----|------|
|                             | Mean                            | N   | S.D. |
| 1. สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 3.19                            | 85  | 1.44 |
| 2. เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ | 2.75                            | 277 | 1.27 |
| 3. ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 4.61                            | 13  | 1.29 |
| รวม                         | 2.91                            | 375 | 1.36 |

d.f.= 2 F.= 14.819 Sig.= .000

จากตาราง 4.3.23 ผลการศึกษาพบว่า ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นแต่ละระดับมีความพึงพอใจในด้านราคาแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย โดยพบว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นมีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่าระดับรายได้อื่นและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นระดับรายได้ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินั้นมีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน



ตาราง 4.3.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้าน  
ราคา

| ระดับรายได้                 | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|-----------------------------|---------------------|-----|------|
|                             | Mean                | N   | S.D. |
| 1. สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.51                | 85  | 1.22 |
| 2. เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.11                | 277 | 1.03 |
| 3. ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ | 5.46                | 13  | 1.50 |
| รวม                         | 5.21                | 375 | 1.10 |

d.f.= 2 F.= 4.804 Sig.= .009

จากตาราง 4.3.24 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านการบริการไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งมีเพียงนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปแอฟริกาเท่านั้นที่มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปอื่นเพราะมีจำนวนร้อยละในการตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น จึงทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปแอฟริกา มีความพึงพอใจที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปอื่น ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในหัวข้อหลักคือ วิธีการนวด กระบวนการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจวิธีการนวดและกระบวนการแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทวีปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติด้านการบริการ

| ทวีปที่อยู่อาศัย  | ความพึงพอใจด้านการบริการ |     |      |             |     |      |             |     |      |             |     |      |
|-------------------|--------------------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|-------------|-----|------|
|                   | การบริการ                |     |      | วิธีการนวด  |     |      | ผลการนวด    |     |      | กระบวนการ   |     |      |
|                   | Mean                     | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. | Mean        | N   | S.D. |
| 1. ทวีปอเมริกา    | 5.55                     | 49  | 0.63 | 5.87        | 49  | 0.61 | 5.97        | 49  | 0.82 | 4.80        | 49  | 0.91 |
| 2. ทวีปยุโรป      | 5.65                     | 111 | 0.51 | 5.89        | 111 | 0.59 | 5.92        | 111 | 0.77 | 5.12        | 111 | 0.67 |
| 3. ทวีปเอเชีย     | 5.66                     | 181 | 0.57 | 6.12        | 181 | 0.70 | 6.08        | 181 | 0.66 | 4.79        | 181 | 0.93 |
| 4. ทวีปแอฟริกา    | 4.58                     | 1   | .    | 5.00        | 1   | .    | 5.50        | 1   | .    | 3.25        | 1   | .    |
| 5. ทวีปออสเตรเลีย | 5.78                     | 33  | 0.89 | 5.92        | 33  | 0.76 | 6.18        | 33  | 0.92 | 5.25        | 33  | 1.17 |
| รวม               | 5.65                     | 375 | 0.60 | 6.00        | 375 | 0.67 | 6.03        | 375 | 0.74 | 4.92        | 375 | 0.90 |
|                   | d.f. = 4                 |     |      | d.f. = 4    |     |      | d.f. = 4    |     |      | d.f. = 4    |     |      |
|                   | F. = 1.553               |     |      | F. = 3.412  |     |      | F. = 1.292  |     |      | F. = 4.701  |     |      |
|                   | Sig. = .186              |     |      | Sig. = .009 |     |      | Sig. = .273 |     |      | Sig. = .001 |     |      |

จากตาราง 4.3.25 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย ซึ่งมีเพียงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริกาเท่านั้นที่มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอื่น เพราะมีจำนวนร้อยละในการตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น จึงทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริกามีความพึงพอใจแตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอื่น ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ หัวข้อหลักคือ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ แตกต่างกัน

ตาราง 4.3.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทวีปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

| ทวีปที่อยู่อาศัย  | ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      |                     |     |      |            |     |      |                     |     |      |            |     |      |
|-------------------|--|-----|------|---------------------|-----|------|------------|-----|------|---------------------|-----|------|------------|-----|------|
|                   | สถานที่                                      |     |      | ความสะอาดของสถานที่ |     |      | ห้องนอน    |     |      | สิ่งนำเสนอทางกายภาพ |     |      | ที่ตั้ง    |     |      |
|                   | Mean   | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. | Mean                | N   | S.D. | Mean       | N   | S.D. |
| 1. ทวีปอเมริกา    | 4.22   | 49  | 1.19 | 4.88                | 49  | 0.91 | 4.19       | 49  | 1.25 | 3.98                | 49  | 1.16 | 3.83       | 49  | 2.18 |
| 2. ทวีปยุโรป      | 4.61   | 111 | 0.92 | 5.33                | 111 | 0.95 | 4.67       | 111 | 0.94 | 4.44                | 111 | 1.00 | 3.99       | 111 | 1.63 |
| 3. ทวีปเอเชีย     | 4.18   | 181 | 1.09 | 5.03                | 181 | 1.21 | 4.06       | 181 | 1.19 | 3.87                | 181 | 1.21 | 3.76       | 181 | 1.63 |
| 4. ทวีปแอฟริกา    | 1.95   | 1   | .    | 2.80                | 1   | .    | 2.00       | 1   | .    | 3.00                | 1   | .    | 0.00       | 1   | .    |
| 5. ทวีปออสเตรเลีย | 4.58   | 33  | 1.51 | 5.44                | 33  | 1.44 | 4.50       | 33  | 1.44 | 4.39                | 33  | 1.36 | 4.00       | 33  | 2.16 |
| รวม               | 4.34   | 375 | 1.12 | 5.13                | 375 | 1.14 | 4.29       | 375 | 1.19 | 4.10                | 375 | 1.19 | 3.85       | 375 | 1.76 |
|                   | d.f. = 4                                     |     |      | d.f. = 4            |     |      | d.f. = 4   |     |      | d.f. = 4            |     |      | d.f. = 4   |     |      |
|                   | F. = 4.268                                   |     |      | F.= 3.519           |     |      | F.= 6.060  |     |      | F.= 4.952           |     |      | F.= 1.541  |     |      |
|                   | Sig. = .002                                  |     |      | Sig.= .008          |     |      | Sig.= .000 |     |      | Sig.= .001          |     |      | Sig.= .190 |     |      |

จากตาราง 4.3.26 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการแตกต่างกันไม่มากนัก มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน 0.52 โดยไม่นับรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริกาเพราะมีจำนวนร้อยละในการตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น ส่วนในหัวข้อหลักพบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านผู้ให้บริการและทุกหัวข้อหลักคือ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนำรถ ลักษณะของผู้ให้บริการ ดังนั้นอาจสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนำรถ ลักษณะของผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ตาราง 4.3.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทวีปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านผู้ให้บริการ

| ทวีปที่อยู่อาศัย  | ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ |     |      |                              |     |      |                              |     |      |                           |     |      |
|-------------------|-----------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|------------------------------|-----|------|---------------------------|-----|------|
|                   | ผู้ให้บริการ                |     |      | ความสะอาด<br>ของผู้ให้บริการ |     |      | ความรู้ความสามารถ<br>ในการนำ |     |      | ลักษณะของ<br>ผู้ให้บริการ |     |      |
|                   | Mean                        | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                         | N   | S.D. | Mean                      | N   | S.D. |
| 1. ทวีปอเมริกา    | 4.82                        | 49  | 0.94 | 4.84                         | 49  | 1.02 | 5.48                         | 49  | 1.13 | 4.14                      | 49  | 1.33 |
| 2. ทวีปยุโรป      | 5.07                        | 111 | 0.92 | 5.02                         | 111 | 0.92 | 5.77                         | 111 | 1.21 | 4.42                      | 111 | 0.99 |
| 3. ทวีปเอเชีย     | 4.56                        | 181 | 0.83 | 4.46                         | 181 | 0.82 | 5.44                         | 181 | 0.90 | 3.76                      | 181 | 1.09 |
| 4. ทวีปแอฟริกา    | 2.33                        | 1   | .    | 2.00                         | 1   | .    | 2.00                         | 1   | .    | 3.00                      | 1   | .    |
| 5. ทวีปออสเตรเลีย | 5.08                        | 33  | 1.40 | 5.03                         | 33  | 1.46 | 6.06                         | 33  | 1.63 | 4.15                      | 33  | 1.45 |
| รวม               | 4.78                        | 375 | 0.96 | 4.72                         | 375 | 0.99 | 5.59                         | 375 | 1.14 | 4.04                      | 375 | 1.16 |
|                   | d.f. = 4                    |     |      | d.f. = 4                     |     |      | d.f. = 4                     |     |      | d.f. = 4                  |     |      |
|                   | F. = 7.893                  |     |      | F. = 9.178                   |     |      | F. = 5.681                   |     |      | F. = 6.258                |     |      |
|                   | Sig. = .000                 |     |      | Sig. = .000                  |     |      | Sig. = .000                  |     |      | Sig. = .000               |     |      |

จากตาราง 4.3.27 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันไม่มากนัก ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริกาเพราะมีจำนวนร้อยละในการตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น อีกทั้งยังพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับความรู้สึกไม่มีความสุขจนถึงระดับความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทวีปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในด้านการส่งเสริมการตลาด

| ทวีปที่อยู่อาศัย  | ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด |     |      |
|-------------------|-----------------------------------|-----|------|
|                   | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. ทวีปอเมริกา    | 3.01                              | 49  | 1.58 |
| 2. ทวีปยุโรป      | 3.19                              | 111 | 1.45 |
| 3. ทวีปเอเชีย     | 2.64                              | 181 | 1.06 |
| 4. ทวีปแอฟริกา    | 1.00                              | 1   | .    |
| 5. ทวีปออสเตรเลีย | 3.39                              | 33  | 1.80 |
| รวม               | 2.91                              | 375 | 1.36 |

d.f.= 4 F.= 4.724 Sig.= .001

จากตาราง 4.3.28 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจด้านราคาไม่แตกต่างกัน โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอเมริกาและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปยุโรปมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอื่นซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากัน จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านราคาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอเมริกา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปยุโรปและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปออสเตรเลียมีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน แต่กลับพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านราคา ดังนั้นอาจสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละทวีปมีความพึงพอใจในด้านราคาแตกต่างกัน

ตาราง 4.3.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจทวีปที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้าน  
ราคา

| ทวีปที่อยู่อาศัย  | ความพึงพอใจด้านราคา |     |      |
|-------------------|---------------------|-----|------|
|                   | Mean                | N   | S.D. |
| 1. ทวีปอเมริกา    | 5.42                | 49  | 1.09 |
| 2. ทวีปยุโรป      | 5.42                | 111 | 1.18 |
| 3. ทวีปเอเชีย     | 5.00                | 181 | 1.00 |
| 4. ทวีปแอฟริกา    | 4.00                | 1   | .    |
| 5. ทวีปออสเตรเลีย | 5.39                | 33  | 1.17 |
| รวม               | 5.21                | 375 | 1.10 |

d.f.= 4 F.= 3.686 Sig.= .006

จากตาราง 4.3.29 ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดถึงน้อยที่สุดในแต่ละด้าน ได้ดังนี้ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งในด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักได้ดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ ด้านราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักได้ดังนี้ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนวด ลักษณะของผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักได้ดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการต้อนรับและการให้ข้อมูล ซึ่งพบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดคือ ผลการนวด และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด



ตาราง 4.3.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ โดยรวมทั้งหมดของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

| ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด | ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมด |     |      |
|--|-----------------------------------|-----|------|
|  | Mean                              | N   | S.D. |
| 1. การบริการ                           | 5.65                              | 375 | 0.60 |
| 1.1 วิธีการนัด                         | 6.00                              | 375 | 0.67 |
| 1.2 ผลการนัด                           | 6.03                              | 375 | 0.74 |
| 1.3 กระบวนการ                          | 4.92                              | 375 | 0.90 |
| 2. สถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ       | 4.34                              | 375 | 1.12 |
| 2.1 ความสะอาดของสถานที่                | 5.13                              | 375 | 1.14 |
| 2.2 ห้องนัด                            | 4.29                              | 375 | 1.19 |
| 2.3 สิ่งนำเสนอทางกายภาพ                | 4.10                              | 375 | 1.19 |
| 2.4 ที่ตั้ง                            | 3.85                              | 375 | 1.76 |
| 3. ผู้ให้บริการ                        | 4.78                              | 375 | 0.96 |
| 3.1 ความสะอาดของผู้ให้บริการ           | 4.72                              | 375 | 0.99 |
| 3.2 ความรู้ความสามารถในการนัด          | 5.59                              | 375 | 1.14 |
| 3.3 ลักษณะของผู้ให้บริการ              | 4.04                              | 375 | 1.16 |
| 4. การส่งเสริมการตลาด                  | 2.91                              | 375 | 1.36 |
| 5. ราคา                                | 5.21                              | 375 | 1.10 |
| 6. ความพึงพอใจหลังการใช้บริการโดยรวม   | 4.58                              | 375 | 0.82 |

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### 5.1 สรุป

#### 5.2 อภิปรายผล

#### 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุป

#### 5.1.1 สรุปผลการศึกษาลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 ตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีสัดส่วนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อย เพศชายร้อยละ 59.5 เพศหญิงร้อยละ 40.5

อายุของกลุ่มตัวอย่างเมื่อได้แบ่งกลุ่มอายุออกเป็น 3 กลุ่มพบว่า กลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละกลุ่มมีค่าเฉลี่ยร้อยละสัดส่วนใกล้เคียงกัน กลุ่มอายุน้อย (19 - 33 ปี) ร้อยละ 38.7 กลุ่มอายุปานกลาง (34 - 48 ปี) ร้อยละ 28.5 กลุ่มอายุมาก (49 - 77 ปี) ร้อยละ 32.8 ตามลำดับ

สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่แต่งงานแล้วมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันจากนักท่องเที่ยวต่างชาติสถานภาพการสมรสเป็นโสด โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แต่งงานแล้วร้อยละ 48.5 นักท่องเที่ยวต่างชาติสถานภาพการสมรสเป็นโสดร้อยละ 42.1 นักท่องเที่ยวต่างชาติสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่อ้อยละ 66.4 ระดับต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 26.1 และสูงกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพรับจ้างและกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มอาชีพรับจ้างร้อยละ 35.5 กลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ร้อยละ 34.7 กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 26.4 กลุ่มอาชีพเกษตรกรร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศถึง ร้อยละ 73.9 รองลงมาคือระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศร้อยละ 22.7 ถัดมาคือระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ประเทศที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในทวีปเอเชียถึงร้อยละ 48.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปยุโรปร้อยละ 29.6 ถัดมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปอเมริการ้อยละ 13.1 ต่อมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปออสเตรเลียร้อยละ 8.8 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริการ้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ช่วงจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยเดินทางออกนอกประเทศพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางออกนอกประเทศอยู่ในช่วงจำนวน 1-5 ครั้งร้อยละ 60.3 รองลงมาคือจำนวน 6-10 ครั้งร้อยละ 25.9 และจำนวนมากกว่า 10 ครั้งร้อยละ 13.9

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนมากที่สุดร้อยละ 44.3 รองลงมาคือเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวร้อยละ 29.1 ถัดมาคือเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวร้อยละ 19.5 และเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มทัวร์ร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักนวดแผนไทยจากเพื่อนและญาติร้อยละ 45.1 รองลงมาคือรู้จักจากหนังสือและนิตยสารร้อยละ 21.9 ถัดมาคือรู้จักนวดแผนไทยจากบริษัททัวร์ร้อยละ 18.9 ต่อมาคือรู้จักนวดแผนไทยจากเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยนวดแผนไทยพบว่า ร้อยละ 88.8 เคยนวดแผนไทยไม่เกิน 10 ครั้ง และมีเพียงร้อยละ 11.2 เท่านั้นที่เคยนวดแผนไทย มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป

วัตถุประสงค์ในการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า นวดเพื่อการผ่อนคลายความเครียดมีจำนวนร้อยละ 48.8 รองลงมาเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อร้อยละ 40.5 ถัดมาคือรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยวร้อยละ 6.4 และเพื่อทดลองดูร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

### 5.1.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ

1. เพศของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจด้านการบริการแตกต่างกัน พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ โดยค่าเฉลี่ยในแต่ละหัวข้อแตกต่างกันไม่มากนัก ส่วนเพศหญิงเรียงลำดับดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมแล้วเพศชายมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าเพศหญิงในด้านการบริการและวิธีการนวด ผลการนวด มีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกระบวนการมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพศชายมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการ โดยเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ส่วนเพศหญิงเรียงลำดับดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการไม่แตกต่างกันมากนักและมีความพึงพอใจตามหัวข้อหลักเหมือนกันทุกข้อ โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในทุกข้อมากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อย ในหัวข้อหลัก ความรู้ความสามารถในการนวดและลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสะอาดของผู้ให้บริการพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. เพศที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ความแตกต่างทางด้านเพศให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคาแตกต่างกัน พบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านราคามากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกัน

4. ความแตกต่างทางด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่มีผลต่อความเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านราคา พบว่ากลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่ากลุ่มอายุอื่น รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อย และกลุ่มอายุมาก ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละกลุ่มอายุมีความพึงพอใจในด้านราคาไม่แตกต่างกันมากนักและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ความแตกต่างของกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อบริการด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพแตกต่างกัน พบว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ ถัดมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้าง และ

กลุ่มอาชีพเกษตรกรรมตามลำดับ โดยแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพและที่ตั้ง พบว่าในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจตามหัวข้อหลักเรียงลำดับไม่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มอาชีพเกษตรกรรมมีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าห้องนวดแตกต่างจากกลุ่มอาชีพอื่น และไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. กลุ่มอาชีพของผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อความแตกต่างในการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา พบว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ ถัดมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้าง และกลุ่มอาชีพเกษตรกรรม ตามลำดับ โดยในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจในด้านราคาไม่แตกต่างกันมากนักและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ลักษณะที่ต่างกันของผู้ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อาจกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับคุณลักษณะผู้ให้บริการนวดแผนไทย พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกหัวข้อและยังพบความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อหลักทุกข้อเช่นกัน โดยพบว่ายิ่งผู้ให้บริการมีขั้นตอนและความคล่องแคล่วในการนวดมากขึ้นเท่าใดย่อมทำให้ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการนวดมากขึ้นเท่านั้น และผู้ให้บริการมีลักษณะการแต่งกายที่ดีซึ่งจะทำให้ผู้ให้บริการมีความสะอาดมากขึ้น ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างหัวข้อหลักอื่นที่สัมพันธ์กันน้อยที่สุดคือ ความสัมพันธ์ระหว่างความสุภาพและมารยาทของผู้ให้บริการกับขั้นตอนและความคล่องแคล่วในการนวด (ตามตารางที่ 4.2.8)

### 5.1.3 สรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยโดยแยกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

#### 1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละเพศแยกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

ผลจากการศึกษาเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจด้านการบริการพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ โดยค่าเฉลี่ยในแต่ละหัวข้อแตกต่างกันไม่มากนัก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงเรียงลำดับดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงในด้านการบริการและวิธีการนวด ผลการนวด มีความแตกต่างกันเพียง

เล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกระบวนการมีความแตกต่าง  
นัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละเพศมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ  
เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ตั้ง  
ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทาง  
กายภาพเรียงลำดับดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้ง  
ตามลำดับ จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่า  
นักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน  
ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพและในหัวข้อหลัก ห้องนวด ที่ตั้ง

นักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละเพศมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการพบว่า นักท่องเที่ยว  
ต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการ โดยเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้  
ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ส่วนนักท่องเที่ยว  
ต่างชาติเพศหญิงเรียงลำดับดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ  
ลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในด้าน  
ผู้ให้บริการไม่แตกต่างกันมากนักและมีความพึงพอใจเรียงตามหัวข้อหลักเหมือนกันทุกข้อ โดย  
นักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายมีค่าเฉลี่ยในทุกข้อมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเพียง  
เล็กน้อย ในหัวข้อหลัก ความรู้ความสามารถในการนวดและลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งไม่พบความ  
แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสะอาดของผู้ให้บริการพบความแตกต่างอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละเพศมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า  
นักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยว  
ต่างชาติเพศหญิงเพียงเล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละเพศมีความพึงพอใจด้านด้านราคาพบว่านักท่องเที่ยว  
ต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเพียง  
เล็กน้อยและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้าน  
ราคาแตกต่างกัน



พอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุมาก และไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มอายุมีความพึงพอใจด้านราคาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุอื่น รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุมากตามลำดับ ซึ่งในแต่ละกลุ่มอายุมีความพึงพอใจในด้านราคาไม่แตกต่างกันมากนักและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละสถานภาพการสมรสแยกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านการบริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสกลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการและ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้วมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลัก กระบวนการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสกลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ห้องนวด ที่ตั้ง รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ตั้ง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้วมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด ที่ตั้ง สิ่งนำเสนอทางกายภาพและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลัก สิ่งนำเสนอทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสกลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้



ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ และสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้วมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านผู้ให้บริการ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสกลุ่มอื่น รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็น โสดและที่แต่งงานแล้ว ซึ่งไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละสถานภาพการสมรสมีความพึงพอใจด้านราคาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสกลุ่มอื่น รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็น โสดและที่แต่งงานแล้วตามลำดับ ซึ่งไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษาแยกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจด้านการบริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษากลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านการบริการ เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านการบริการ เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลักคือ ผลการนวดและกระบวนการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษากลุ่มอื่น

เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ตั้ง รongลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านสถานที่ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ที่ตั้ง ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ตั้งและพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลัก คือ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้งตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษากลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ รongลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ในหัวข้อหลักเรียงลำดับเหมือนกันทุกระดับการศึกษา ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการบริการและทุกหัวข้อหลัก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษากลุ่มอื่น รongลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีตามลำดับ ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละระดับการศึกษามีความพึงพอใจด้านราคาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษากลุ่มอื่น รongลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับปริญญาตรีและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่ำกว่าปริญญาตรีตามลำดับ ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 5. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละอาชีพแยกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละอาชีพมีความพึงพอใจด้านการบริการพบว่า กลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้มีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด กระบวนการ รองลงมาคือกลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ ถัดมาคือกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ ต่อมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ ซึ่งจากการวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่า กลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้มีความพึงพอใจเรียงลำดับตามหัวข้อหลักแตกต่างไปจากกลุ่มอาชีพอื่นๆ และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการบริการและหัวข้อหลัก วิธีการนวด ผลการนวด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละอาชีพมีความพึงพอใจด้านการบริการพบว่า กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ ถัดมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้าง ต่อมาคือกลุ่มอาชีพเกษตรกรตามลำดับ โดยกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพและที่ตั้ง รองลงมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้ง ถัดมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้ง ต่อมาคือกลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้ง ซึ่งพบว่าในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจตามหัวข้อหลักเรียงลำดับไม่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าห้องนวดแตกต่างจากกลุ่มอื่นและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละอาชีพมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการพบว่า กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ รองลงมาคือกลุ่มอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ถัดมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการ

นวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ต่อมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความรู้ความสามารถในการนวด ความสะอาดของผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการ ซึ่งพบว่าทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการในทุกหัวข้อหลักเรียงลำดับไม่แตกต่างกันและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติแต่ละอาชีพมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า กลุ่มอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มอาชีพเกษตรกร ถัดมาคือกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว ต่อมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้และไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติแต่ละอาชีพมีความพึงพอใจด้านราคาพบว่า กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ ถัดมาคือกลุ่มอาชีพรับจ้าง ต่อมาคือกลุ่มอาชีพเกษตรกร ตามลำดับ โดยในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจในด้านราคาไม่แตกต่างกันมากนักและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 6. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติแต่ละระดับรายได้แยกตามปัจจัยในแต่ละด้าน

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติแต่ละระดับรายได้มีความพึงพอใจด้านการบริการพบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่มีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าระดับรายได้กลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการรองลงมาคือ นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่มีระดับรายได้เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ ถัดมาคือ นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจด้านการบริการในทุกหัวข้อหลักเรียงลำดับไม่แตกต่างกันและไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในหัวข้อหลักคือ วิธีการนวด

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติแต่ละระดับรายได้มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพพบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติระดับรายได้กลุ่มอื่น เรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด ที่ตั้ง สิ่งนำเสนอทางกายภาพ รองลงมาคือนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติที่มีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่ ห้อง







#### 5.1.4 สรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการ นวดแผนไทยโดยแยกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยโดย แยกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านการบริการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจผลการนวดมากกว่าวิธีการนวด ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจ ผลการนวดมากกว่าวิธีการนวด ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุมากมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสเป็น โสดและที่แต่งงานแล้ว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความพึงพอใจผลการนวดมากกว่าวิธีการนวด ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าและสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ คือ เกษียนอายุ แม่บ้าน นักเรียน มีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศและต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจ เรียงลำดับไม่แตกต่างกันดังนี้ ผลการนวด วิธีการนวด กระบวนการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปเอเชียมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด

##### 2. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยโดย แยกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อย เรียงลำดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้ง ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าที่ตั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุมากมีความพึงพอใจที่ตั้งหรือการเดินทางไปยังสถานที่นวดแผนไทยมากกว่าสิ่งนำเสนอทางกายภาพ



นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดและที่แต่งงานแล้ว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจที่ตั้งในเส้นทางไปยังสถานที่นวดแผนไทยมากกว่าห้องนวดและสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอาชีพเกษตรกรและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพรับจ้าง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจที่ตั้งในเส้นทางไปยังสถานที่นวดแผนไทยมากกว่าห้องนวดและสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปแอฟริกามีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพในเรื่องการต้อนรับและการให้ข้อมูลมากกว่าความสะอาดของสถานที่ ห้องนวด และที่ตั้ง

### 3. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยโดยแยกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านผู้ให้บริการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุปานกลางและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอายุมากตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้าย ถัดมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้ว ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับปริญญาตรี ถัดมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพเกษตรกร ถัดมาคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพรับจ้างและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติระดับรายได้กลุ่มอื่นและมีความพึงพอใจลักษณะของผู้ให้บริการมากกว่าความสะอาดของผู้ให้บริการ

นักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปแอฟริกามีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการ ลักษณะของผู้ให้บริการมากกว่าความสะอาดของผู้ให้บริการ

**4. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยโดยแยกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด**

นักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อย

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยและนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการต้อนรับและการให้ข้อมูลมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอายุมาก

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้ว

นักท่องเที่ยวต่างชาติระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ถัดมาคือนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับการศึกษาปริญญาตรี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอาชีพเกษตรกร นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มธุรกิจส่วนตัวและนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มงานที่ไม่มียาได้

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีระดับรายได้เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ

นักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปออสเตรเลียมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปอื่น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความรู้ที่ค่อนข้างไม่พึงพอใจจนถึงระดับความรู้สึกแย่มาก ไม่พึงพอใจเป็นอย่างมาก

**5. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทยโดยแยกตามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา**

นักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านราคาในเรื่องค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อย

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอายุน้อยและกลุ่มอายุมาก

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดและนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีสถานภาพการสมรสที่แต่งงานแล้ว

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้ระดับการศึกษาปริญญาตรี ถัดมาคือนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้กลุ่มอาชีพงานที่ไม่มียรายได้ ถัดมาคือนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้กลุ่มอาชีพรับจ้างและนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้กลุ่มอาชีพเกษตรกร ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศและนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีระดับรายได้เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้จากทวีปยุโรปและนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้จากทวีปอเมริกา มีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้จากทวีปออสเตรเลีย ถัดมาคือนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้จากทวีปเอเชียและนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้จากทวีปแอฟริกา ตามลำดับ

#### 5.1.5 สรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมดของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้

จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ โดยแยกเป็นหัวข้อหลักดังนี้

ด้านการบริการมีความพึงพอใจในระดับความรู้สึกพึงพอใจ วิธีการนัดและผลการนัดระดับความรู้สึกพึงพอใจ ส่วนกระบวนการอยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ

ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพมีความพึงพอใจในระดับความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากันหรืออยู่ในระดับกลาง ความสะอาดของสถานที่ระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ ห้องนวด สิ่งอำนวยความสะดวก และที่ตั้งอยู่ในระดับความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากันหรืออยู่ในระดับกลาง

ด้านผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ ความสะอาดของผู้ให้บริการและความรู้ความสามารถในการนัด อยู่ในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ ส่วนลักษณะของผู้ให้บริการอยู่ในระดับความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากันหรืออยู่ในระดับกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินี้มีความพึงพอใจเรื่องการต้อนรับและการให้ข้อมูลในระดับความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ

ด้านราคานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ  
ในระดับความรู้สึกค่อนข้างพอใจ

เมื่อเรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ยในแต่ละด้านได้ดังนี้ ด้านการบริการ  
ด้านราคา ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด  
ตามลำดับ ซึ่งในด้านการบริการเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ วิธีการนวด ผลการนวด  
กระบวนการ ด้านราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ด้านผู้ให้บริการเรียงลำดับตามหัวข้อ  
หลักดังนี้ ความสะอาดของผู้ให้บริการ ความรู้ความสามารถในการนวด ลักษณะของผู้ให้บริการ  
ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพเรียงลำดับตามหัวข้อหลักดังนี้ ความสะอาดของสถานที่  
ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการต้อนรับและการให้ข้อมูล  
ซึ่งพบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดคือ ผลการนวด และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

## 5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผน  
ไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านการ  
บริการในระดับความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งขัดแย้งกับ ชรินทร์ วรรณกิจกำธร (2545) ได้ศึกษาเรื่อง แนว  
ทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวพบว่า  
ผู้ให้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านผลิตภัณฑ์คือ การให้บริการนวดแผนไทยซึ่งเมื่อ  
เทียบกับความพึงพอใจโดยรวมแล้วด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนในหัวข้อหลักวิธีการ  
นวดและผลการนวดอยู่ในระดับความรู้สึกพึงพอใจ ส่วนกระบวนการอยู่ในระดับความรู้สึก  
ค่อนข้างพอใจ สอดคล้องกับ Lerner and Haber (1998) กล่าวว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและ  
การบริการที่ดีสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้ ในกระบวนการให้บริการเป็นช่วงเวลาที่มี  
อิทธิพลต่ออารมณ์และจิตใจของผู้รับบริการมากที่สุดและ Baker and Crompton (2000) มี  
ความเห็นว่าการบริการที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์นั้นก็คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึง  
เครียด ความกระวนกระวายหรือภาวะไม่ได้คุณภาพภายในร่างกายของมนุษย์ เมื่อมนุษย์พยายามที่  
จะขจัดอารมณ์หรือพฤติกรรมดังกล่าว โดยการค้นหาสิ่งที่ต้องการเพื่อได้รับความพึงพอใจ  
นอกจากนั้นยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชายมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่า  
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศหญิงเล็กน้อยและมีความพึงพอใจ ผลการนวดมากกว่าวิธีการนวด ซึ่ง  
นักท่องเที่ยชาวต่างชาติเพศหญิงมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด ซึ่งสอดคล้องกับ  
วิภากร มหาชัย (2544) เพศชายส่วนใหญ่มีเหตุผลของการมาใช้บริการคือ สนใจการท่องเที่ยวเพื่อ

สุขภาพและผ่อนคลายเครียดมากกว่าเพศหญิง จากผลการศึกษายังพบอีกว่าสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่าสถานภาพสมรสเป็น โสดและที่แต่งงานแล้ว อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศชายและมีสถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจด้านการบริการมากกว่า เพราะส่วนใหญ่ผู้ให้บริการนวดแผนไทยเป็นเพศหญิง ซึ่งกลุ่มอายุน้อยและกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจ ผลการนวดมากกว่าวิธีการนวด ซึ่งกลุ่มอายุมากกลับมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด กลุ่มอายุมากอาจเป็นผู้มีประสบการณ์เรื่องการใช้บริการนวดแผนไทยและประสบการณ์ชีวิตที่มากกว่ากลุ่มอายุน้อยและกลุ่มปานกลาง และยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจากทวีปเอเชียมีความพึงพอใจวิธีการนวดมากกว่าผลการนวด เนื่องจากทวีปเอเชียเป็นแหล่งกำเนิดของการนวดและมีวัฒนธรรมการนวดควบคู่ไปกับการรักษาตามแพทย์แผนตะวันออก ซึ่งสอดคล้องกับอุดม อุดมวรรณกุล (2545) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 3 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมพบว่า วัฒนธรรมชุมชนเป็นสิ่งที่ประชาชนได้ยอมรับและสืบทอดกันมา ปัจจัยด้านสังคมพบว่า สังคมชนบทมีการนับถือผู้อาวุโสที่มีตำแหน่งทางสังคมซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวบุคคลและมีความพึงพอใจยอมรับการบริการด้วย ส่วนปัจจัยด้านการรักษาพยาบาลด้วยการนวดแผนไทยนั้นได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ จึงได้อาศัยความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาทำการรักษาด้วยการนวดแผนไทย ประคบสมุนไพร ซึ่งผู้ให้บริการที่รับการรักษาโดยวิธีนวดแผนไทยและประคบสมุนไพรมักบอกต่อผู้อื่นด้วยวิธีกล่าวอ้างจากผลการรักษาและยังพบว่าระดับความพึงพอใจและการยอมรับยังมีความสำคัญน้อยกว่าการรักษาด้วยแพทย์แผนปัจจุบัน ซึ่งเมื่อผู้ให้บริการรักษาไม่หายก็จะกลับมาใช้วิธีการรักษาแบบพื้นบ้านและการนวดแผนไทย ดังนั้นผู้ให้บริการจึงยอมรับการรักษาด้วยการนวดแผนไทยควบคู่ไปกับการแพทย์แผนปัจจุบัน ซึ่ง McIntoch and Goeldnor (1986) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งโดยทั่วไปแล้วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถลดระดับความตึงเครียดที่มีอยู่ ความพอใจในการเดินทางจึงมีความซับซ้อนและมีความหลากหลายเพราะคนเรามีเหตุผลในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวมีมากกว่าเหตุผลเดียว แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนทางด้านร่างกาย การเล่นกีฬา การันทนาการ ความบันเทิงและแรงจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพหรือจากการแนะนำจากแพทย์ เช่นการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การตรวจเช็คสุขภาพและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นแรงจูงใจหนึ่งเพื่อลดความตึงเครียดที่เป็นกิจกรรมทางด้านร่างกายและแรงจูงใจทางวัฒนธรรม เป็นความต้องการที่จะเรียนรู้และรับรู้สิ่งใหม่ในสถานที่อื่นๆ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตและเมื่อเปรียบเทียบกับ สุชาวดี สุทธิคณิง (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เหตุผล

เพื่อคลายความเครียดมากกว่าด้านอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ที่พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่พบว่ามียัตถุประสงค์ในการนวดแผนไทยเพื่อการผ่อนคลายความเครียดมากกว่าเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ

ด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่ากลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความรู้สึกค่อนข้างพอใจในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าอาชีพอื่น ซึ่งสอดคล้องกับวารสารณ์ หมอนสะอาด (2547) พบว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในระดับปานกลาง ส่วนอาชีพนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายในระดับมากได้แก่ มีห้องนวดจำนวนที่เพียงพอ ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิดเป็นส่วนตัว ซึ่งเปรียบเทียบจากการศึกษาพบว่ากลุ่มอาชีพ นักเรียน นักศึกษามีความรู้สึกกลางๆ เท่านั้นในเรื่องดังกล่าว แต่กลับสอดคล้องกับชรินทร์ วรกุลกิจกำจร (2545) ด้านสถานที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่อง บรรยากาศเหมาะสม สภาพแวดล้อมสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวก ความเหมาะสมในทำเลที่ตั้ง ความสะดวกของห้องน้ำ และจากการศึกษาพบว่ากลุ่มอายุน้อยและกลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจสิ่งนำเสนอทางกายภาพมากกว่าที่ตั้ง แต่กลุ่มอายุมากมีความพึงพอใจที่ตั้งหรือการเดินทางไปยังสถานที่นวดแผนไทยมากกว่าสิ่งนำเสนอทางกายภาพ อาจสรุปได้ว่าอายุยิ่งมากอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางไปยังสถานที่นวดแผนไทยมากขึ้นด้วยเช่นกัน ดังที่ Mcintosh and Goeldnor (1986) กล่าวว่าอายุ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่และต้องการหาประสบการณ์ให้กับตนเองในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุเน้นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ระดับการศึกษาซึ่งสัมพันธ์กับเศรษฐกิจสังคมและรายได้ บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักได้รับผลตอบแทนและสถานภาพทางสังคมสูงกว่าบุคคลที่ได้รับการศึกษาน้อย ซึ่งบุคคลที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสและความสามารถในการเดินทางได้มากกว่า

ด้านผู้ใช้บริการ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจด้านผู้ใช้บริการมากกว่ากลุ่มอายุมากและกลุ่มอายุปานกลาง ซึ่งผลสรุปที่ได้ด้านการบริการและผู้ใช้บริการในครั้งนี้ไม่แตกต่างกัน กลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอื่นและกลุ่มอายุมากมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอื่นและยังสอดคล้องกับสถานภาพการสมรสเป็น โสด สถานภาพการสมรสที่หย่าและหม้ายก็มีความพึงพอใจด้านการบริการและผู้ใช้บริการมากกว่ากลุ่มอื่นด้วยเช่นกัน และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างชาติก็พบว่าการศึกษาที่สูงก็ยิ่งมีความพึงพอใจผู้ใช้บริการสูงตามเช่นกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจน้อยกว่าระดับการศึกษาอื่นด้วยเช่นกัน แต่กลับขัดแย้งกับระดับรายได้พบว่าระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยใน

ประเทศมีความพึงพอใจมากกว่าระดับรายได้อื่น และการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจ ความรู้ความสามารถในการนวดในเรื่องขั้นตอนและความคล่องแคล่วในการนวดมากที่สุดและมีความพึงพอใจในลักษณะของผู้ให้บริการน้อยที่สุดที่ประกอบไปด้วยจำนวนของพนักงานในการให้บริการนวด มีความสนใจในการให้บริการ ความสุภาพและมีมารยาทดี และผู้ให้บริการสามารถสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ ซึ่ง ศุภนิษฐ์ เหมะวรรณ (2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญในด้านบุคคลในเรื่อง ความชำนาญในการนวด พนักงานนวดสามารถอธิบายแนะนำวิธีนวดแผนโบราณได้ มีความสนใจในการให้บริการ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ให้บริการที่ดีจะไม่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจ ผู้ให้บริการก็มีความพึงพอใจด้วยเช่นกัน ส่วน Kotler and Others (2003) ได้กล่าวอ้างถึง Reichheid (1997) ที่อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้ให้บริการและคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กันกับอัตราหมุนเวียนการให้บริการของพนักงานว่าถ้าการให้บริการในระดับต่ำแก่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจหรือมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อธุรกิจได้ ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ให้บริการสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้เช่นกัน ถ้าผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับสูงย่อมส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการมีระดับสูงด้วยเช่นกัน ซึ่ง Oliver and Desarbo (1988) กล่าวว่าความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้นได้จาก 3 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความไม่พึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ไม่ได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามความคาดหวัง
2. การสื่อสารอาจเกิดการผิดพลาดในขั้นตอนการปฏิบัติหรือขั้นตอนของการให้บริการ
3. พนักงานที่ให้บริการได้รับการฝึกหัดหรือมีคุณสมบัติไม่เพียงพอจึงทำให้การบริการไม่ได้คุณภาพ

ซึ่ง Ryan (1997) ยังได้กล่าวถึงการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ที่สัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า 5 ประการดังนี้

1. มีความชำนาญด้านเทคนิคและทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีทัศนคติที่ดีต่องานและยินดีให้บริการแก่ลูกค้า
3. ประสานงานและทำงานร่วมกันระหว่างพนักงานและผู้บริหาร
4. มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการได้ดี
5. สามารถจัดการความไม่พึงพอใจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ขัดแย้งกับ ชรินทร์ วรรณกิจกำจร (2545) ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจมากด้านผลิตภัณฑ์คือ การให้บริการนวดแผนไทย ความสามารถของผู้นวด ความสะอาดของผ้าปูและเบาะรองนวด การเอาใจใส่จากผู้นวดและพนักงาน ความพร้อมของผู้นวด ด้านผู้ให้บริการผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก มีระดับความพึงพอใจมากในทุกรายการคือ ความสะอาดของผู้นวด อรรถาศัยไมตรี ความรู้ความสามารถในการนวด ความเพียงพอของผู้นวด สถานประกอบการควรรักษาระดับคุณภาพของการนวด เพราะผู้ให้บริการกับการนวดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสถานประกอบการนวดแผนไทย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงและทุกอาชีพในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ได้แก่ ด้านบุคคลมากกว่าด้านอื่นๆ และผลสรุปที่ได้คล้ายกันคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นองค์ประกอบที่สามารถทำให้การบริการนั้นๆ สามารถมองเห็น จับต้องได้ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้นๆ ในสถานประกอบการนวดแผนไทยและยังหมายรวมถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กันกลับพบว่า กลุ่มอายุมากมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการต้อนรับและการให้ข้อมูลน้อยกว่ากลุ่มอายุน้อยและปานกลางซึ่งสอดคล้องกับวารกรณ์ หมอนสะอาด (2547) ที่พบว่า กลุ่มเกษียณอายุให้ความสำคัญด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับชรินทร์ วรรณกิจกำจร (2545) ที่พบว่าในด้านสถานที่นั้น ผู้ใช้บริการมีพึงพอใจระดับปานกลาง บรรยากาศเหมาะสม สภาพแวดล้อมสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวก ความเหมาะสมในทำเลที่ตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านสถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ห้องนวด สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และที่ตั้งอยู่ในระดับความรู้สึกพึงพอใจ

ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติค่อนข้างพอใจในค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการสอดคล้องกับ ชรินทร์ วรรณกิจกำจร (2545) ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจระดับปานกลางในอัตราค่าบริการ ซึ่งในงานวิจัยของ วารกรณ์ หมอนสะอาด (2547) พบว่าผู้บริโภคชาวไทยทุกช่วงอายุให้ความสำคัญในด้านราคาในอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการระดับมากจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของการทำวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความรู้สึกพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการในระดับกลางถึงระดับค่อนข้างพึงพอใจเท่านั้น กลุ่มอายุปานกลางมีความพึงพอใจด้านราคามากกว่ากลุ่มอายุน้อยและกลุ่มอายุมากระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่าระดับปริญญาตรีและระดับต่ำกว่า



ปริญญาตรี กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่ากลุ่มอาชีพงานที่ไม่มีรายได้ กลุ่มอาชีพรับจ้างและกลุ่มอาชีพเกษตรกร ระดับรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศมีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่าระดับรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศและเท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปยุโรปและจากทวีปอเมริกามีความพึงพอใจในด้านราคามากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทวีปออสเตรเลีย ทวีปเอเชียและทวีปแอฟริกา

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกสัญชาติโดยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นทวีปที่อยู่อาศัยซึ่งทำให้สามารถมองเห็นภาพโดยรวม ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรที่จะมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงรายละเอียดแต่ละสัญชาติเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะพฤติกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นที่การท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจหลักเพื่อนำมาเปรียบเทียบความแตกต่าง ปัญหา อุปสรรค ข้อบกพร่อง เพื่อการพัฒนากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการต่อไป
3. ควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบ แนวคิด ค่านิยม หรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคและแนวทางในการประกอบอาชีพธุรกิจนวดแผนไทย
4. จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความสนใจและต้องการเรียนนวดแผนไทยในประเทศไทยและจากการสำรวจพบว่าในปัจจุบันพบการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในธุรกิจโรงเรียนสอนนวดแผนไทย
5. ข้อเสนอแนะในด้านนำไปประยุกต์ใช้ในการบริการนวดแผนไทยซึ่งเป็นงานธุรกิจบริการสุขภาพจึงควรมีการศึกษา ศักยภาพในการแข่งขันลงทุนประกอบธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการและการศึกษานวดแผนไทยที่เชื่อมโยงไปสู่การบริการในสปา

## บรรณานุกรม

- กัญญา ดีวิเศษและคณะ. **คู่มืออบรมการนวดไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์, 2544.
- คมกฤต วงศ์นาง. **การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว**. ภาควิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ, 2544.
- โครงการตำรามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. **จิตวิทยาทั่วไป**. ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 6. 2543.
- งานธุรกิจสุขภาพ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่. **“สรุปสถานการณ์ธุรกิจสุขภาพจังหวัดเชียงใหม่ 2550”**. 2550.
- ฉล่องศรี พิมพ์สมพงษ์. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.
- นัตยาพร เสมอใจ. **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2545.
- ชรินทร์ วรรณกิจกำธร. **แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- ไชยวัฒน์ รุ่งเรืองศรี. **ระเบียบวิธีสำหรับวารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สังคม**. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปรับปรุงครั้งที่ 3. 2549.
- สุทธิศรี ชูชาติ. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่ : ดานนาการพิมพ์, 2544.
- ทักษิณา คุณารักษ์. **การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- นิคม จารุมณี. **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2544.
- พลอยศรี โปราณนนท์. **การท่องเที่ยวเบื้องต้น**. สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540.
- เพ็ชรชัย คำวงษ์. **“หลักการนวดไทย ภายวิภาคศาสตร์และสรีรวิทยาการนวดไทย”** เอกสารประกอบการอบรม เรื่อง การดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ (SPA Management) ระหว่างวันที่ 12-19 มิถุนายน 2549. คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2546.

วารสารณ์ หมอนสะอาด. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง  
จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย.  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.

วารินทร์ สิ้นสูงสุดและวันทิพย์ สิ้นสูงสุด. การวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ : สถาบัน  
เพิ่มผลผลิตบัณฑิตกรรม, 2546.

วิทย์ เทียงบูรณธรรม. พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย (ฉบับห้องสมุด). พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : รวม  
สาส์น, 2541.

วิภาพร มหาชัย. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการ  
สปาเพื่อสุขภาพ. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย.  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

ศุภนิษฐ์ เหมาะวรรณ. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการ  
เลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา,  
2548.

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2544.

สมาคมประชาสัมพันธ์บริการสุขภาพเชียงใหม่. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://www.chiangmai-health-hub.com>. 12 ตุลาคม 2549.

สุชาวดี สุทธิคณิง. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิต  
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

สุธีรา ตะริโย. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการ  
ให้บริการของศูนย์แสดงหัตถกรรมภาคเหนือ. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

สุวรรณ สุวรรณเวช. หลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แนวทางการเขียนวิทยานิพนธ์ รายงานทาง  
วิชาการและรายงานประจำภาค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2518.

เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไอทีเท็กซ์,  
2542.

สำนักพิมพ์มติชน. พจนานุกรมฉบับมติชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน, 2547.

- อุดม อุดมวรรณกุล. การถ่ายทอดการวางแผนไทยบ้านป่าบาง. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร์  
มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- Anderson, E., Fornell, C., and Lahmann, D. “Customer Satisfaction, Market Share and Profitability : Findings from Sweden”. **Journal of Marketing**, 58(1994) : 53-56.
- Augustyn, M. And Ho, S. K. “Service Quality and Tourism”. **Journal of Travel Research**, 37(1998) : 71-75.
- Baker, D.A. and Crompton, J.L. “Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions”. **Annals of Tourism Research**, 27(2000) : 785-804.
- Barsky, J.D. and Labagh, R. “A Strategy for Customer Satisfaction”. **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, (1992) :32-40.
- Cooper, Chris, John Fletcher, David Gilbert, and Stephen Wanhill. **Tourism Principles and Practice**. 2 Edition.Singapore : Addison Wesley Longman Singapore Ltd.1998.
- Danaher, j. Peter and Vanessa Haddrell. “A comparison of Question Scales used for measuring Customer Satisfaction”. **International Journal of Service Industry Management**. MCB University,7(1996) : 4-26.
- Dwayne, John. “Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions”. **Annals of Tourism Research**, Arizona University, 10(2000) : 785-804.
- Eccless, G. And Durand. P. “Improving Service Quality: Lessons and Practice from The Hotel Sector”. **Managing Service Quality**, 7(1997) : 224-226.
- Heung, Vincent, M.Y. wong and Hailin Qu. “A Study of Tourist’s satisfaction and Post-Experience Behavioral Intentions in Relation to Airport Restaurant Services in Hong Kong SAR”. **Journal Travel & Tourism Marketing**, Oklahoma State University, 12(2002) : 111-135.
- Jafari, Jafar. **Encyclopedia of Tourism**. London : Routledge, 2000.
- Jones, A.M. and Suh, J. “Transaction Specific Satisfaction and Overall Satisfaction : An empirical Analysis”. **Journal of Services Marketing**, 14(2000). 147-159.
- Kotler, Phillip and Armstrong. **Principle of Marketing**. USA : Prentice-Hall, 1999.
- Kotler, Phillip., John Bowen., and Jame. **Marketing for Hospitality and Tourism**. New Jersey : Prentice hall, 2003.

- Lerner, Miri and Sigal Haber. "Correlates of Tourist Satisfaction". Tel Aviv University, 9(1998) : 197-201.
- Maddox R. Neil. "Measuring Satisfaction with Tourism 1996". **Journal of Travel research**. Dalhousie University, 25(1985) : 2-5.
- Mcintosh, Robert and Charles Goeldner. **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. USA : John Wiley & sons, 1986.
- Oliver. R.L. and Desarbo, W. S. "Response Determinants in Satisfaction Judgement". **Journal of Consumer Research**, 14(1988) : 495-507.
- Raisinger, Y. And Turner, L. "Japanese Tourism Satisfaction: Gold Coast versus Hawaii". **Journal of Vacation Marketing**, 6(2000) : 299-311.
- Rittichainuwat, Bongkosh. Hailin Qu and Chollada Mongkonvanit. "A Study of Impact of Travel Satisfaction on The Likelihood of Travelers to Revisit Thailand". **Journal Travel & Tourism Marketing**, Siam University, 12(2002) : 19-43.
- Ryan, Chris. **Researching Tourist'Satisfaction : Issues, Concept, Problems**. Great Britain : Routledge, 1997.
- Swarbrooke, John and Susan Horner. **Consumer Behavior in Tourism**. Great Britain : Butterworth-Heinemann, 1999.
- Sweeney, Jillian and Geoffrey Soutar. "Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale". **Journal of Retailing**. New York University, 77(2001) : 203-220.
- Tse, D.K. and Wilton, C.P. "Model of Customer Satisfaction Formation: An extension". **Journal of Marketing Research**, 25(1988) : 204-212.
- Wearne, Neil and Alison Morrison. **Hospitality Marketing**. Great Britain : Butterworth-Heinemann, 1996.
- Westbrook, A. Robert. "A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction". **Journal of Marketing**, University of Arisona, 44(1980) : 68.
- Williams, Christine and John Buswell. **Service Quality in Leisure and Tourism**. UK : CABI Publishing, 2003.
- Woodruff and others. "Modelling Consumer Satisfaction Process using Experience-based norms". **Journal of Marketing Research**, 20(1983) : 296-304.

- Yuksel, Atila and Fisun Yuksel. "Measurement and Management Issues in Customer Satisfaction Research : Review, Critique and Research Agenda : Part one". **Journal Travel & Tourism Marketing**, Adnan Menderes University, 10(2001) : 47-79.
- Yuksel, Atila and Fisun Yuksel. "Measurement and Management Issues in Customer Satisfaction Research : Review, Critique and Research Agenda : Part Two". **Journal Travel & Tourism Marketing**, Adnan Menderes University, 10(2001) : 81-111.
- Yuksel, Atila and Mike Rimmington. "Customer - Satisfaction Measurement". **Journal of Marketing**, Cornell University, (1988) : 60-70.
- Zeithaml, V. A., Berry, L., and Parasuraman, A. "The Behavioral consequences of Service Quality". **Journal of Marketing**, 60(1996) : 31-46.



**ภาคผนวก**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ก  
แบบสอบตามภาษาอังกฤษ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



## Questionnaire

**TITLE:** Satisfaction Level of Foreign Tourists After Using Thai Traditional Massage Services in Mueang District, Chiang Mai Province.

This questionnaire is conducted in order to gather information for research work in the Independent Study course, to fulfill requirements of the Master's Degree program in Tourism Industry Management, Faculty of Humanities, Chiang Mai University.

All information collected from this survey will be used for this academic purpose only. The researcher would like to thank questionnaire respondents, in advance, for your kind cooperation.

Miss Sutthiphorn Wan-te

**The questionnaire consists of three parts as follows:-**

**Part 1** General Information

**Part 2** Satisfaction Level of Foreign Tourists After Using Thai Traditional Massage Services

**Part 3** Comments and Suggestions

### Part 1 General Information

Please check  as appropriate in the box for each question.

1. Gender of respondent.
 

|                               |                                 |
|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Male | <input type="checkbox"/> Female |
|-------------------------------|---------------------------------|
2. How old are you? ..... years old.
3. What is your marital status?
 

|                                 |                                  |                                   |                                     |
|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Single | <input type="checkbox"/> Married | <input type="checkbox"/> Divorced | <input type="checkbox"/> Widow (er) |
|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
4. What is the highest level of education you achieved?
 

|   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> High School      | <input type="checkbox"/> Vocational Certificate / Diploma |
| <input type="checkbox"/> Bachelors Degree | <input type="checkbox"/> Higher than Bachelors Degree     |
5. What has been your occupation during the past 6 months?
 

|  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Agriculturalist     | <input type="checkbox"/> Employee            | <input type="checkbox"/> Pensioner / Retired |
| <input type="checkbox"/> Government Official | <input type="checkbox"/> Business Owner      | <input type="checkbox"/> Housewife           |
| <input type="checkbox"/> Student             | <input type="checkbox"/> Teacher / Professor |  |
6. How does your income compare with your national average?
 

|  |
|--|
| <input type="checkbox"/> Higher than your national average               |
| <input type="checkbox"/> Approximately the same as your national average |
| <input type="checkbox"/> Lower than your national average                |
7. What country do you come from? .....
8. How many times have you been out of your country for traveling or any other purpose, including this trip? (please specify in number) ..... times
9. With whom are you traveling this trip?
 

|                                |                                  |                                 |                                     |
|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Alone | <input type="checkbox"/> Friends | <input type="checkbox"/> Family | <input type="checkbox"/> Tour Group |
|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|

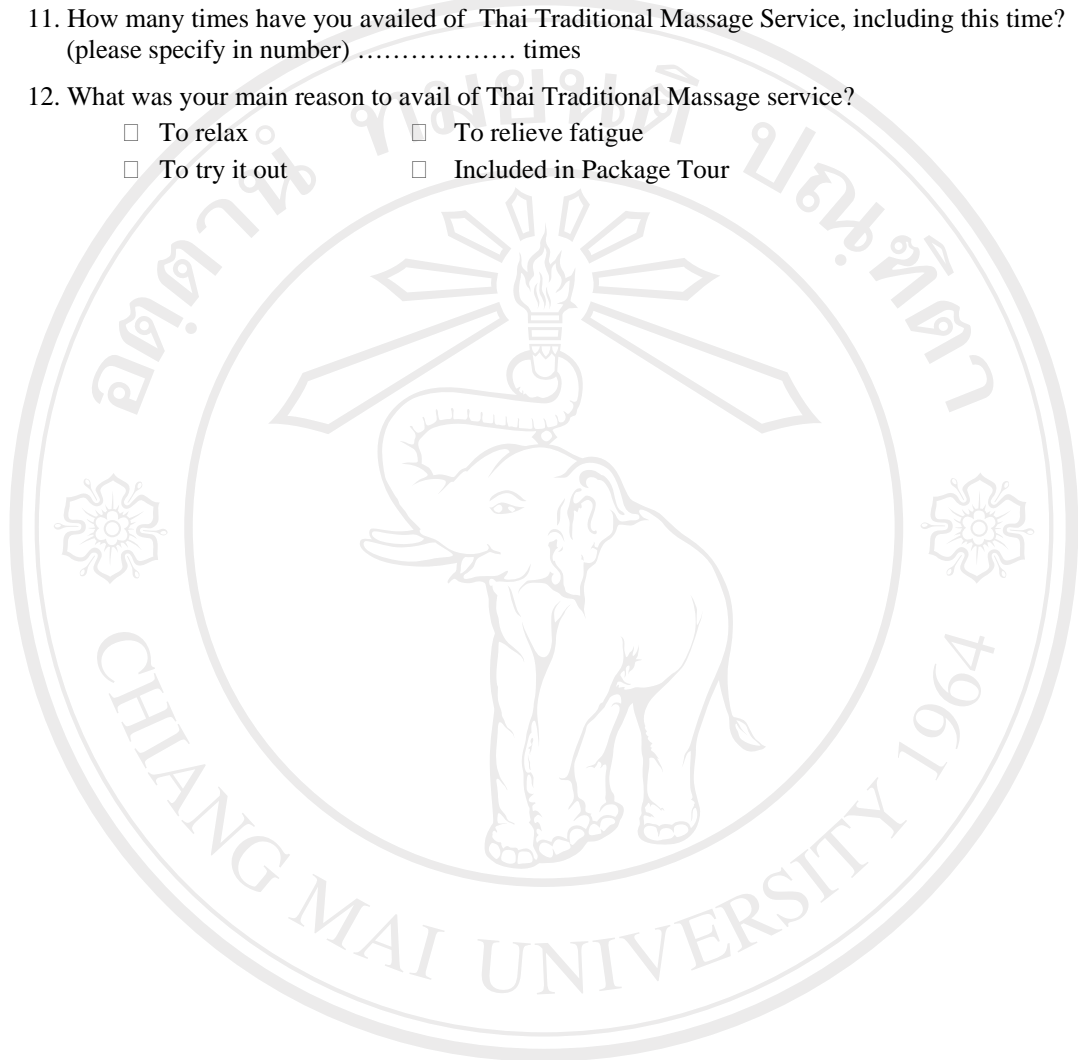
10. Where did you know about “Thai Traditional Massage” ?

- Friends / Relatives       Guidebook / Magazine  
 Travel Agent             Website / Internet

11. How many times have you availed of Thai Traditional Massage Service, including this time?  
 (please specify in number) ..... times

12. What was your main reason to avail of Thai Traditional Massage service?

- To relax                       To relieve fatigue  
 To try it out                 Included in Package Tour



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

**Part 2 Satisfaction Level of Foreign Tourists After Using Thai Traditional Massage Services**

Please check ✓ your level of satisfaction for each of the items listed below:-

| Items   | Not<br>Applicable<br>0                   | Terrible<br>1            | Unhappy<br>2             | Mostly<br>dissatisfied<br>3 | Mixed<br>(about equally<br>satisfied and<br>dissatisfied) |                          | Mostly<br>Pleased<br>5   | Delighted<br>6           | 7                        |
|---|--|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|   |  |                          |                          |                             | 4   |                          |                          |                          |                          |
| <b>Service / Process :</b>  |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
| 1. Massage Technique  |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|    | a. Head, neck & shoulders.....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|    | b. Arms, hands & fingers .....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|    | c. Chest, stomach & back.....            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|    | d. Legs & feet.....                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Massage Result   |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|    | a. Stress and tension relief .....       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | b. Joint stiffness & fatigue relief..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Operation / Process  |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|  | a. Systematic management.....            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. Prompt service.....                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | c. Reliability of massage service.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | d. Duration of massage service.....      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Place/Physical Evidence :</b>  |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
| 1. Level of Cleanliness   |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|   | a. T-shirt & pants.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | b. Bedsheets & mattress.....             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | c. Massage room.....                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | d. Toilet.....                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | e. Reception & relaxation.....           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Massage Room   |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|   | a. Adequacy of room.....                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | b. Privacy.....                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | c. Spaciousness.....                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Physical Evidence  |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|   | a. Decorations.....                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | b. Range of facilities.....              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | c. Relaxed & tranquil atmosphere.....    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Location   |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|   | a. Convenient transportation.....        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Masseuse / Masseur :</b>   |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
| 1. Cleanliness  |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|   | a. Appearance.....                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | b. Clothing.....                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Competence   |  |                          |                          |                             |   |                          |                          |                          |                          |
|   | a. Manipulation & styles.....            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>    | <input type="checkbox"/>                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | 0  | 1                        | 2                        | 3                           | 4   | 5                        | 6                        | 7                        |                          |

ลิขสิทธิ์สงวนโดย Chang Mai University  
All rights reserved

| Items                                   | Not<br>Applicable<br>0   | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|   |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>3. Personality</b>                   |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. Adequacy.....                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Service attitude.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Politeness & manners.....            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. Communicate in foreign language..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Promotion :</b>                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| 1. Reception and information staff      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. Communicate in foreign language..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Provide information on massage.....  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>Price :</b>                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. Reasonable price.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | 0                        | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |

**Part 3 Comments and suggestions:**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

Thank you for your cooperation.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## アンケート

テーマ：本アンケートはチェンマイ市内におけるタイ式マッサージを受けた外国人の満足度についてのアンケートである。

このアンケートはチェンマイ大学、人文学部、観光産業管理学科、修士課程プログラムの一部の研究活動である。

アンケートで調査した全てのデータは研究目的のみ利用されますので、ご協力お願い致します。

Miss Sutthiphorn Wan-te

アンケートは下記の通り分けられます。

第1章 アンケート回答者の基本データ

第2章 タイ式マッサージを受けた後の満足度

第3章 コメント、アドバイス

### 第1章 アンケート回答者の基本データ

✓をつけて下さい。

1. 性別を教えてください。
  - 男性             女性
2. あなたの年齢は.....歳.
3. 結婚暦を教えてください。
  - 独身         結婚         離婚         寡婦/夫
4. 学歴を教えてください。
  - 高校             専門学校
  - 大学             大学以上
5. 過去6ヶ月の職業はなんですか。
  - 農業者         会社員         定年
  - 公務員         自営業         主婦
  - 学生             教師
6. あなたの国に収入平均と比べたらあなたの収入は。
  - 平均より高い
  - 平均と同じ
  - 平均より低い
7. あなたはどこの国から来ましたか。 .....
8. あなたは何回外国へ行きましたか（今回を含む）。 .....回（数字で書いて下さい）
9. あなたは誰と旅行していますか。
  - 一人         友達         家族         ツアー
10. どうやってタイ式マッサージを知っていますか
  - 友達/親戚         ガイドブック/雑誌
  - 旅行会社         ウェブサイト/インターネット
11. 何回タイ式マッサージを受けましたか（今回を含む）。 .....回（数字で書いて下さい）
12. どうしてタイ式マッサージを受けましたか。
  - ストレスを解消するため         筋肉をリラックスさせるため

□ 試しにやってみる

□ ツアーのプログラム



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

第2章 タイ式マッサージを受けた後の満足度

✓をつけて下さい

| 項目   | 満足度                 |                |         |                        |           |         |          |         |
|--|---------------------|----------------|---------|------------------------|-----------|---------|----------|---------|
|  | 分からない<br>0          | とても<br>不満<br>1 | 不満<br>2 | あまり<br>好き<br>じゃない<br>3 | まあまあ<br>4 | 満足<br>5 | 大満足<br>6 | 感激<br>7 |
| <b>サービス/ プロセス :</b>  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | 1. マッサージ方法          |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | a. 頭 首 肩.....       |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | b. 両腕 手 指.....      |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | c. 胸 お腹 背中.....     |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | d. 両足 足元.....       |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | 2. マッサージした後         |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | a. ストレスを解消した.....   |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | b. 筋肉の痛みがなくなった..... |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | 3. サービス             |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | a. 系統的な管理.....      |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | b. 手際よいサービス.....    |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | c. 信頼性.....         |                |         |                        |           |         |          |         |
| d. 適切なマッサージ期間.....   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| <b>場所/ 雰囲気 :</b>   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| 1. 場所の清浄度  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| a. マッサージする時に着る服装.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| b. 敷布& マットレス.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| c. マッサージルーム.....   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| d. トイレ.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| e. 受け付け& ロビー.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| 2. マッサージルーム  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| a. 十分ある.....   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| b. プライバシー.....   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| c. ゆったりとした部屋.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| 3. 環境  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| a. 店内の飾り付け.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| b. 店内の設備.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| c. 穏やかな雰囲気.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| 4. 立地  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| a. 便利性.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| <b>マッサージ師 :</b>  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| 1. 清潔感   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| a. 見掛け.....  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| b. 服装.....   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| 2. マッサージの能力  |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
| a. スタイル& 技術.....   |                     |                |         |                        |           |         |          |         |
|  | 0                   | 1              | 2       | 3                      | 4         | 5       | 6        | 7       |

ลิขสิทธิ์ © by Chang Mai University  
All rights reserved



| 項目                      | 分らない<br>0                | ととも<br>不満                |                          | あまり<br>好き<br>じゃない        |                          | まあまあ                     | 満足                       | 大満足                      | 感激                       |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                         |                          | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |                          |
| 3. 人格特性                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. マッサージ師の人数            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. サービスに対する態度           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. 丁寧、礼儀正しい             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d. 外国語でコミュニケーション<br>できる | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| マーケティング:                |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| 1. 受付係                  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. 外国語でコミュニケーション<br>できる | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. マッサージについて説明できる       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 料金:                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. リーズナブル・ プライス         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### 第3章 コメント、アドバイス

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ご協力ありがとうございました



ภาคผนวก ค  
แบบสอบตามภาษาจีน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## 调查问卷

**题目：**〈外国人在清迈府直辖县受过泰国古式按摩服务的满意程度〉  
 此调查问卷属于清迈大学人文系旅游管理专业文学院研究生的个人研究。  
 调查的主要目的是为了学习，在此特别感谢大家的合作。

Miss Sutthiphorn Wan-te

调查问卷主要分为三个部分

第一部分 被调查者的一般情况

第二部分 受过泰国古式按摩服务的满意程度

第三部分 意见和建议

### 第一部分 被调查者的一般情况

请在  中画 /

1. 性别?

男

女

2. 年龄?.....岁

3. 婚姻状况?

未婚

已婚

离婚

遗孀

4. 文化程度?

高中

大专

本科

本科以上

5. 下半年所从事的职业?

农民

私企职员

退休

国企职员

个体户

家庭主妇

学生

教师

6. 根据国内实际状况，你的收入属于?

高于人平均收入

等于人平均收入

低于人平均收入

7. 您主要居住在哪个国家?.....

8. 您曾经出国了几次? 包括这次。(请写成数字).....次。

9. 您是跟谁一起来旅游的?

一个人

朋友

亲属

旅行社

10. 您是如何知道泰国古式按摩的?

朋友/亲属

杂志/报刊

旅行社

网络

11. 您接受过几次泰国古式按摩?(请写成数字).....次。

12. 接受泰国古式按摩的目的?

为了消除疲劳

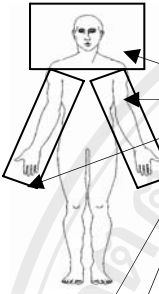
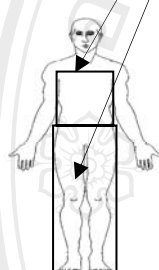
为了消除关节疼痛等痼疾

试试看

服从旅行社安排

第二部分 受过泰国古式按摩服务的满意程度

请在□中画√

| 项目   | 不适用<br>0              | 糟糕<br>1                  | 不舒服<br>2                 | 不满意<br>3                 | 不清楚<br>4                 | 一般<br>5                  | 舒服<br>6                  | 很满意<br>7                 |
|--|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>服务/程序:</b>  |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>按摩部位</b>  |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | a. 头部、颈、肩膀            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 胳膊、寿、手指            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | c. 身体、胸、腹、背           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | d. 双腿、双脚              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>2. 按摩效果</b>   |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 消除疲劳               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 减轻酸疼               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>3. 服务质量</b>   |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 系统地管理              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 迅速地服务              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | c. 服务信誉               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | d. 服务时间的合适            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>地点/硬件设施:</b>  |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>1. 服务场所的卫生</b>  |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 衣着                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 床单和按摩垫             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | c. 按摩房间               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | d. 卫生间                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | e. 接待处和休息处            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>2. 按摩房间</b>   |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 房间足够               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 房间合适 有自己的空间        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | c. 通风舒                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>3. 硬件设施</b>   |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 地点的装饰              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 基础设施               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | c. 气氛是否合适             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>4. 交通</b>   |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 到达按摩的地方，<br>交通是否方便 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>服务人员:</b>   |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>1. 服务人员的外表</b>  |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 容貌                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | b. 衣着                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>2. 服务人员的服务水平</b>  |                       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | a. 业务熟练程度             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | d. 可以使用外语交流           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | 0                     | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |

| 项目                 | 不适用<br>0                 | 糟糕<br>1                  | 不舒服<br>2                 | 不满意<br>3                 | 不清楚<br>4                 | 一般<br>5                  | 舒服<br>6                  | 很满意<br>7                 |
|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 3. 服务人员的素质         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. 服务人员的人数.....    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. 服务人员的认真度.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. 文明礼貌.....       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>促进市场方面:</b>     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| 1. 欢迎/提供资料方面       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. 可以使用外语交流.....   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. 服务人员可以介绍按摩..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>价格:</b>         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| a. 价格是否合理.....     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**第三部分 意见和建议**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

谢谢合



ภาคผนวก ง  
แบบสอบถามฉบับแปลภาษาไทย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

เรื่อง : ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากใช้บริการนวดแผนไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
แบบสอบถามจัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยสำหรับการคืนคว้ามอบอิสระ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.  
โดยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจทั้งหมดจะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น. ผู้วิจัยขอขอบคุณ  
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านล่วงหน้าที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี.

นางสาวสุทธิพร วันเด

แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ :-

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการนวดแผนไทย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและคำแนะนำ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามข้อมูลของท่าน.

1. เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

 ชาย  หญิง

2. คุณมีอายุเท่าไร? .....

3. สถานภาพการสมรสของท่านคือ ?

 โสด  แต่งงาน  หย่า  หม้าย

4. ระดับการศึกษาของท่านคือ ?

 ระดับมัธยมตอนปลาย  ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
 ระดับปริญญาตรี  สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. อาชีพ 6 เดือนล่าสุดของท่าน ?

 เกษตรกร  พนักงานเอกชน  เกษียณ  
 ข้าราชการ  ธุรกิจส่วนตัว  แม่บ้าน  
 นักเรียน  ครู / อาจารย์

6. ระดับรายได้เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยในประเทศของท่าน ?

 สูงกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศของท่าน  
 เท่ากับค่าเฉลี่ยในประเทศของท่าน  
 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในประเทศของท่าน

7. ประเทศที่อยู่อาศัยของท่าน ? .....

8. คุณเคยเดินทางออกนอกประเทศเพื่อท่องเที่ยวหรือวัตถุประสงค์อื่นกี่ครั้ง ? รวมทั้งการเดินทางครั้งนี้ด้วย (โปรดระบุเป็นตัวเลข).....ครั้ง

9. คุณเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร ?

 คนเดียว  เพื่อน  ครอบครัว  กลุ่มทัวร์

10. คุณรู้จักนวดแผนไทยได้อย่างไร ?

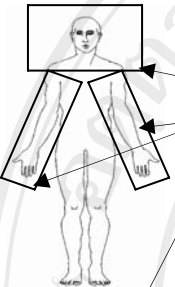
 เพื่อน /ญาติ  หนังสือ / นิตยสาร  
 บริษัททัวร์  เว็บไซต์ / อินเทอร์เน็ต

11. คุณเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาแล้วกี่ครั้ง ? รวมทั้งครั้งนี้ด้วย (โปรดระบุเป็นตัวเลข) .....

12. วัตถุประสงค์ในการนวดแผนไทย ?

 การผ่อนคลายความเครียด  เพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ  
 ทดลองดู  รวมอยู่ในรายการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการนวดแผนไทย  
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามระดับความพึงพอใจของท่าน:-

| รายการ  | ไม่ได้รับ                                      | ไม่พึงพอใจ               | ไม่มี                    | พึงพอใจ                  | ความรู้สึก               | ความรู้สึก               |                          |                          |
|---|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|   | การบริการ<br>ใดๆ                               | เป็นอย่างมาก             | ค่อนข้าง<br>น้อย         | ค่อนข้าง<br>น้อย         | ไม่พึงพอใจ<br>เท่ากัน    | ค่อนข้าง<br>พึงพอใจ      | ความรู้สึก<br>พึงพอใจ    | รู้สึก<br>เป็นอย่างมาก   |
|   | 0  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |
| <b>การบริการ / กระบวนการ</b>  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>1. วิธีการนวด</b>  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|  | ก. หัว คอ ไหล่.....                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. แขน ทั้ง 2 ข้าง มือ นิ้ว.....               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ค. ช่วงลำตัวอก ท้อง หลัง.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ง. ขา ทั้ง 2 ข้าง เท้า.....                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>2. ผลการนวด</b>  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. การผ่อนคลายความเครียด.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. บรรเทาอาการปวดเมื่อย.....                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>3. กระบวนการ</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. การบริหารงานเป็นระบบ.....                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. การให้บริการรวดเร็ว.....                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ค. ความน่าเชื่อถือ<br>ในการให้บริการ.....      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ง. ระยะเวลาในการ<br>ให้บริการเหมาะสม.....      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>สถานที่และสิ่งนำเสนอทางกายภาพ :</b>  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>1. ความสะอาดของสถานที่</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. ชุดใส่นวด.....                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. ผ้าปูและเบาะรองนวด.....                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ค. ห้องนวด.....                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ง. ห้องน้ำ.....                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | จ. ส่วนต้อนรับและพักผ่อน.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>2. ห้องนวด</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. ห้องนวดมีจำนวนเพียงพอ.....                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. ห้องนวดเป็นสัดส่วน มีลucid เป็นส่วนตัว..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ค. ห้องนวดกว้างขวางไม่อึดอัดสะดวกสบาย.....     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>3. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. การตกแต่งสถานที่ทั่วทั้งบริเวณ.....         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน.....                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ค. บรรยากาศเหมาะสม.....                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>4. ที่ตั้ง</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. การเดินทางไปสถานที่บริการนวดแผนไทย.....     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <b>ผู้ให้บริการ</b>   |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <b>1. ความสะอาดของผู้ให้บริการ</b>  |  |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|   | ก. หน้าตา.....                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | ข. การแต่งกาย.....                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|   | <b>0</b>                                       | <b>1</b>                 | <b>2</b>                 | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>5</b>                 | <b>6</b>                 | <b>7</b>                 |





## ประวัติผู้เขียน

|                  |   |
|------------------|---|
| ชื่อ-นามสกุล     | นางสาวสุทธิพร วันเต   |
| วัน เดือน ปีเกิด | 24 กันยายน 2522   |
| ประวัติการศึกษา  | ศิลปศาสตรบัณฑิต (ประวัติศาสตร์)<br>คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่            |
| พ.ศ. 2545        |   |
| พ.ศ. 2546        | หลักสูตรมัธยมศึกษาทั่วไป (ต่างประเทศ) รุ่นที่ 8<br>คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| พ.ศ. 2551        | ประกาศนียบัตรวิชาภาษาอังกฤษเฉพาะอาชีพ<br>(นักธุรกิจ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| ประวัติการทำงาน  |   |
| พ.ศ. 2546 – 2547 | มัธยมศึกษาอิสระ   |
| พ.ศ. 2547 – 2548 | Business Clerk Officer โรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า                                      |
| พ.ศ. 2549 – 2551 | Sale Representative บริษัทนอร์ทวีลส์ เร็นท์ อะคาร์ จำกัด                          |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved