

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2549

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โสมนัสตา โสมนัส

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2549

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โสมนัสตา โสมนัส

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

รศ.พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์

.....กรรมการ

อ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

.....กรรมการ

ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

4 กันยายน 2549

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิเพ็ญ พวงสายใจ กรรมการการค้นคว้าแบบอิสระและอาจารย์ ดร.ปิยะลักษณ์ พุทรวงศ์ กรรมการการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณ คุณวราภรณ์ พัฒนเกียรติพงษ์ บรรณารักษ์ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งได้ช่วยตรวจสอบ แก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ดีสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ได้ให้ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ได้คำแนะนำช่วยเหลือ ประสานงานด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาอยู่

ขอขอบคุณ คุณอารีวันย์ อรุณสิทธิ์ คุณธนเดช ชีวะตระกูลพงศ์ และคุณวรศักดิ์ สามารถ ที่ช่วยเหลือในการค้นคว้าหาข้อมูล และให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้กำลังใจระหว่างทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ภาคพิเศษ (รุ่น11) ทุกท่านที่ให้กำลังใจ และช่วยเหลือด้านต่างๆ ในระหว่างทำการศึกษา

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลในครอบครัวที่เป็นส่วนผลักดัน เป็นกำลังใจ และส่งเสริมให้ผู้ทำการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีตลอดมา

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ
นวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวโสมนัสสา โสมนัส

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

กรรมการ

อ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวตลอดจนปัจจัยที่มีผลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มละ 150 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อน โดยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-50 ปี สาเหตุที่มานวดคือเพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกและจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการด้วย

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด โดยใช้เวลานาน 1 ชั่วโมงและส่วนมากจะมาใช้บริการช่วงเวลา 14.00-16.00 น. ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้เวลานาน 2-3 ชั่วโมงชอบมาใช้บริการในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุดและไม่มีวันที่แน่นอนในการมาใช้บริการ

ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่ต่างกัน คือ

- 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100%
- 2) ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ การมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ มีการบริการเสริมต่างๆ เช่น มีบริการเสริมสวย มีความหลากหลายของบริการ
- 3) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงความต้องการของลูกค้าตลอดจนพนักงานมีทักษะในการสื่อสาร
- 4) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน
- 5) ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัยและมีการตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม สงบเงียบเป็นธรรมชาติ
- 6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพในการนวดของหมคนวดมากที่สุด รองลงมาคือมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม และการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ และการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ

Independent Study Title The Behavior of Tourists in Selecting Thai Massage Service in Mueang District Chiang Mai Province

Author Miss Sommanassa Sommanas

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Porntip Tianteerawit Chairperson

Lect.Dr.Piyaluk Boddhawongsa Member

Asst.Prof.Dr.Sasipen Phuangsaichai Member

ABSTRACT

This study aimed to examine the behavior of tourists to Chiang Mai province in using Thai traditional massage services as well as the factors affecting their demand and satisfaction regarding such services. A total of 150 Thai tourists and 150 foreign tourists were selected as sample for questionnaire interview for information. Analyses were performed on the basis of descriptive statistics and Chi-square test.

The finding revealed most tourists both Thai and foreign had previous experience of Thai traditional massage, were female rather than male, within 31-50 years old age group, received the services for relieving tension for the most cases, would use Thai traditional massage services again and would advise others to use the services.

On consumer behavior, most Thai tourists chose to have whole body massage, spent about one hour for the treatment, and received services during 2.00-4.00 p.m during Saturday and Sunday prefers to received services during 2.00-4.00 p.m, and did not fix any day within the week for getting massage.

Thai tourists and foreign tourists were found to have different opinion concerning factors influencing the demand for Thai traditional massage services. The hypothesized factors were;

1) product-based on local wisdom and knowledge, and natural ingredients; 2) service-having both in-house and delivered services, and other services like beauty treatments, 3) personnel-being attentive to customer's needs and having communication skill; 4) price-clearly indicated; 5) place-having satisfactory car parking space, safety, beautifully decorated area, and natural tranquility; and 6) promotion-through advertisement in various types of media. The foreign tourists had the opinion that these factors could affect the demand for Thai traditional massage services while the Thai tourists thought otherwise.

On consumer's satisfaction, the Thai tourists were most satisfied with the quality of treatments given by the therapists followed by the appropriate cost of services, and the staff's hospitality, respectively. Meanwhile, the foreign tourists were most pleased with the duration for massage treatment followed by the staff's hospitality and the provision of services according to the needs of customer, respectively.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.4 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 2 แนวคิดทางทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา	6
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีศึกษา	
3.1 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	19
3.2 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	21
3.3 วิธีการเก็บข้อมูล	21
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	22

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	25
4.2 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	33
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	55
4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	79
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	85
5.1 สรุปผลการศึกษา	85
5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา	88
เอกสารอ้างอิง	92
ภาคผนวก	94
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547	1
1.2 ผลผลิตทั้งหมดรวมจังหวัดจำแนกตามสาขาการผลิตจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2548	2
1.3 รายได้จากการบริการทางการแพทย์ การบริการด้านทันตกรรม สปา นวดแผนไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพระหว่างปี พ.ศ. 2546-2548	3
4.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	25
4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	25
4.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส	26
4.4 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	27
4.5 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	28
4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	29
4.7 ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	30
4.8 ระยะเวลาในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	31
4.9 ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	32
4.10 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	33
4.11 ข้อมูลเกี่ยวกับในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว	34
4.12 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว	40
4.13 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศ	42
4.14 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ	44
4.15 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ	46
4.16 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอายุ	48
4.17 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้	51
4.18 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามรายได้	54

4.19	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : การมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด	56
4.20	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดีมีคุณภาพ	57
4.21	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด	58
4.22	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100%	59
4.23	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการ : การให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	60
4.24	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการ : การบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	61
4.25	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการ : มีความหลากหลายของบริการ	62
4.26	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการ : การให้บริการเสริม	63
4.27	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานมีประสบการณ์	64
4.28	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	65
4.29	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า	66
4.30	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร	67
4.31	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านราคา : มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ	69
4.32	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านราคา : มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน	70
4.33	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ	71
4.34	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีห้องนวดเป็นสัดส่วน มีฉีดยา และสะอาด	72
4.35	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	73
4.36	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีการตกแต่งสถานที่และบริเวณโดยรอบอย่างสวยงาม	74

- 4.37 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด :
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ 75
- 4.38 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด :
มีการส่งเสริมการขายต่าง ๆ 76
- 4.39 สรุปผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของ
นักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 78
- 4.40 สรุปผลความพึงพอใจในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 83

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอันดับสี่ของประเทศไทย รองจาก กรุงเทพมหานคร ชลบุรีและภูเก็ต เป็นเมืองศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของภาคเหนือและเคยเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนามาก่อนจึงทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจของจังหวัด (พรทิพย์ เรียงธีรวิทย์, 2542) ดังจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3,085,477 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,773,621 คน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 1,311,856 คน ต่อมาในปี พ.ศ.2544 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวน 3,175,861 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 คิดเป็นร้อยละ 2.9 โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,683,600 คน ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 คิดเป็นร้อยละ 5.08 และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 1,492,261 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 คิดเป็นร้อยละ 13.75 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปี พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นเป็น 3,623,395 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2543 โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,877,194 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 1,746,201 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 33 (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ.

2543-2547

ปี	ชาวไทย	สัดส่วน	%การเปลี่ยนแปลง	ชาวต่างชาติ	สัดส่วน	%การเปลี่ยนแปลง	รวม	รายได้ (ล้านบาท)
2543	1,773,621	57.48		1,311,856	42.52		3,085,477	37,386
2544	1,683,600	53.01	-5.08	1,492,261	46.99	+13.75	3,175,861	37,729
2545	1,639,473	51.26	-2.62	1,558,317	48.73	+4.43	3,197,790	37,514
2546	1,714,843	54.50	+4.60	1,431,351	45.49	-8.15	3,146,194	38,291
2547	1,877,194	51.81	+9.47	1,746,201	48.19	+22	3,623,395	45,067

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือ เขต 1. กongsitid และวิจัย (2543,2544,2545,2546,2547)

เมื่อพิจารณาถึงภาวะการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่พบว่าการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2543 มีมูลค่า 37,386 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งมีค่า 72,588 ล้านบาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 พบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 37,729 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ในอัตราร้อยละ 0.9 ซึ่งเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 49.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งมีค่าเป็น 76,042 ล้านบาท จนกระทั่งในปี พ.ศ.2547 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 45,067 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 48.18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีค่าเท่ากับ 93,540 ล้านบาท (ตารางที่ 1.1 และ 1.2)

ตารางที่ 1.2 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด จำแนกตามสาขาการผลิตจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2543-2548

หน่วย : ล้านบาท

สาขาการผลิต	ปี พ.ศ.				
	2543	2544	2545	2546	2547
ภาคเกษตร	8,335	7,950	13,298	15,025	11,662
ภาคนอกเกษตร	64,253	68,092	72,009	74,385	81,878
ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	72,588	76,042	85,306	89,410	93,540

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549)

จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการคัดเลือกจากรัฐบาลให้เป็นหนึ่งในสามจังหวัดนำร่องร่วมกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดภูเก็ต ในการพัฒนาด้านการบริการสุขภาพตามยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพแห่งเอเชีย (Health hub) เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศ และส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาไทย โดยในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีรายได้จากการบริการด้านสุขภาพ จำนวน 2,479.60 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,851.79 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2547 โดยมีอัตราการเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 15 และในปี พ.ศ. 2548 มีรายได้เป็นจำนวน 3,394.02 ล้านบาท โดยมีอัตราการเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 19 (ตารางที่ 1.3)

ตารางที่ 1.3 รายได้จากการบริการทางการแพทย์ การบริการด้านทันตกรรม สปา นวดแผนไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพของประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2546-2548

ปี พ.ศ.	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราเพิ่มขึ้น (%)
2546	2,479.60	
2547	2,851.79	15
2548	3,394.02	19

ที่มา : สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ (2548)

ธุรกิจนวดแผนไทยเป็นหนึ่งในห้าของธุรกิจการบริการทางด้านสุขภาพ ซึ่งได้แก่ การบริการทางการแพทย์ การบริการทางทันตกรรม สปา และ ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย ที่จะทำให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านสุขภาพ (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2548) เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากของจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันรองจากธุรกิจสปา เนื่องจากความตื่นตัวของประชาชนที่เล็งเห็นถึงการบรรเทาความเครียดหรืออาการเจ็บปวดที่ไม่ต้องพึ่งยาแต่ใช้วิธีธรรมชาติบำบัดและอบประคบด้วยสมุนไพร ในอดีตการนวดแผนไทยจะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม แต่ประโยชน์ที่ได้รับจากการนวดมิได้มีเพียงแค่คลายเครียดเท่านั้น แต่ยังเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ช่วยบำบัดและแก้ไขปัญหสุขภาพ จึงทำให้ธุรกิจนวดแผนไทยได้รับความนิยมและเผยแพร่ไปทั่วโลก ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาการนวดให้อยู่ในรูปธุรกิจมากขึ้น (สุชาวลี สุธรรณกิจ, 2542) รัฐบาลจึงได้มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้ธุรกิจนวดแผนไทยเร่งปรับตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ พัฒนารูปแบบการให้บริการ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพและและคุณภาพของบุคลากร เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดใจชาวต่างประเทศมากยิ่งขึ้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2546)

ด้วยเหตุนี้เองธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่จึงถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ โดยในปี พ.ศ. 2548 จังหวัดเชียงใหม่มีสถานประกอบการนวด และโรงเรียนสอนนวดแผนไทย ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดรวมแล้วทั้งสิ้น 139 แห่ง แบ่งออกเป็น โรงเรียนสอนนวดแผนไทย จำนวน 5 แห่ง สถานบริการประเภทสปา จำนวน 35 แห่ง และสถานบริการนวดแผนไทย จำนวน 99 แห่ง ธุรกิจเหล่านี้กระจายอยู่ในย่านต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 6 ย่าน คือ บริเวณภายในคูเมือง (ถนนมูลเมือง ถนนราชภัฏคึกคัก ถนนอินทวิโรต และถนนราชมรรคา) บริเวณนอกคูเมืองด้านทิศตะวันออก (ถนนท่าแพ ถนนชัยภูมิ ถนนคชสาร ถนนลอยเคราะห์ ถนนช้างคลาน และถนนเจริญประเทศ) บริเวณนอกคูเมืองด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ (ถนนศรีดอนไชย ถนนช้างคลาน และถนน เชียงใหม่ แลนด์) บริเวณนอกคูเมืองด้านทิศใต้ (ถนนสุริวงษ์ ถนนนันทาราม ถนนวัวลาย ถนนทิพย์นคร)

บริเวณนอกคูเมืองด้านทิศเหนือ (ถนนโชตนา-ช้างเผือก และย่านสันติธรรม) บริเวณนอกคูเมืองด้านทิศตะวันตก (ถนนห้วยแก้ว ถนนสุเทพ และถนนนิมมานเหมินท์) และตามแหล่งที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2548)

จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการที่รัฐบาลได้เปิดแผนยุทธศาสตร์ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของเอเชีย โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในสามของจังหวัดนาร่วมกับกรุงเทพมหานครและจังหวัดภูเก็ต ส่งผลให้ธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการสนับสนุนมากขึ้นและมีแนวโน้มว่าจะมีสถานบริการนวดแผนไทยเปิดบริการเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนมากเพื่อที่จะรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ประกอบกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังได้รับความนิยม ด้วยเหตุนี้จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลจากการศึกษาจะนำไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจในการลงทุนธุรกิจบริการนวดแผนไทยในอนาคตอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ให้บริการนวดแผนไทยในการที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการจัดการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจในธุรกิจบริการนวดแผนไทยที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ของธุรกิจนี้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือน มกราคม-เมษายน 2549

1.5 นิยามศัพท์

การนวดแผนไทย หมายถึงการนวดเพื่อสุขภาพ เพื่อผ่อนคลาย หรือบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น การนวดเพื่อแก้ปวดหลัง แก้ปวดศีรษะ แก้ปวดข้อ แก้ปวดกระดูก การนวดเพื่อแก้ลมพิษและเหน็บชา เป็นต้น ด้วยวิธีการตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ โดยอาจรวมถึงบริการอื่นๆ เช่น การอบไอน้ำ อบสมุนไพร เพื่อช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจด้วย

นักท่องเที่ยว หมายถึงผู้เยี่ยมชมเยือนที่ค้างคืน หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษาและไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดนั้น ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนอย่างน้อยละ 1 คืน ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึงนักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของคนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่ไม่ใช่ไปทำงานหารายได้และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้มุ่งศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแนวคิดและทฤษฎี ดังต่อไปนี้

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

อุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อนั้นผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย (purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (ability and willingness) สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น นาย ก. ต้องการซื้อรถยนต์ และนาย ก.มีเงินเพียงพอที่จะสามารถซื้อรถยนต์นั้นได้ ดังกล่าว ในกรณีนี้จะถือเป็นอุปสงค์ที่สัมฤทธิ์ผล (effective demand) แต่ถ้านาย ก. ต้องการซื้อรถยนต์แต่ไม่มีเงินเพียงพอที่จะจ่ายเป็นค่ารถยนต์ ความต้องการที่ปราศจากอำนาจซื้อเช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ เป็นเพียงความต้องการโดยทั่วไป (Want) เท่านั้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์มีดังนี้

1) ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

2) ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถแบ่งสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

ก. สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution goods) เช่น เนื้อหมูกับเนื้อปลา ซากกับกาแฟ ปากกาถูกลิ้นกับปากกาหมึกซึม เป็นต้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใด จะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อปลาคงเดิม

ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อหมูลดลงแล้วหันไปซื้อเนื้อปลาเพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้น จะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้น ความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข. สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (Complementary goods) เช่น รถยนต์กับน้ำมันเชื้อเพลิง กาแฟกับน้ำตาล ไม้ตีเทนนิสกับลูกเทนนิส เป็นต้น หากราคาเครื่องยนต์แพงขึ้น นอกจากจะทำให้ปริมาณซื้อรถยนต์ลดลงแล้ว ปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงก็ลดลงด้วย ทั้งๆ ที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น ความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

3) รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิด คือ

ก. สินค้าปกติ (Normal goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้มาก ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

ข. สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้ลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ ได้แก่ เครื่องสำอางราคาถูก ข้าวสารคุณภาพต่ำ เสื้อโหล เป็นต้น

4) รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ภาพยนตร์ เป็นต้น ดังนั้นถ้าราคาสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าชนิดใดล้าสมัย อุปสงค์ในสินค้านั้นจะลดลง

5) จำนวนประชากร โดยทั่วไปเมื่อประชากรของสังคมหรือของประเทศมีจำนวนมากขึ้น ความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นจะต้องมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วย จึงจะก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้าเพิ่มขึ้น

6) การคาดคะเนราคาและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป

2.1.2 ทฤษฎีสวนประสมการตลาด

อรรถ มณีสงฆ์ (2538) อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมายโดยทั่วไปประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (place or distribution) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) หรือที่เรียกว่า 4P โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ถูกนำเสนอให้แก่ผู้บริโภคและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ นักการตลาดจะต้องกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น ลักษณะของผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุ เงื่อนไขการรับประกัน และการประกัน เป็นต้น สำหรับตลาดบริการนั้น ผลิตภัณฑ์บริการทั้งหมด ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ระดับ ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์หลัก หรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป ประกอบด้วยบริการพื้นฐานซึ่งนักการตลาดสร้างขึ้นและนำเสนอให้กับลูกค้า โดยทั่วไปบริการพื้นฐานเหล่านี้จะสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ประกอบด้วยบริการพื้นฐาน รวมถึงเงื่อนไขในการบริการที่ลูกค้าคิดว่ามีความจำเป็นและคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อมาใช้บริการ

1.3 ผลิตภัณฑ์เสริม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้บริการมีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบริการในรูปของคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าจะให้บริการทั้งผู้มารับบริการโดยตรงและผู้มาคอย เช่น มีเพลงให้ฟัง มีโทรทัศน์ให้ดู มีหนังสือให้อ่าน มีบริการเครื่องดื่ม รวมทั้งมีห้องน้ำสะอาดไว้บริการ เป็นต้น

1.4 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ เป็นคุณประโยชน์หรือคุณค่าเพิ่มทั้งหมดที่ผู้ประกอบการให้บริการสามารถเพิ่มเติมเข้าไปเพื่อให้การบริการที่เป็นอยู่สามารถสนองตอบความพอใจของลูกค้าได้อย่างดีเลิศในลักษณะที่เกินความคาดหวังของลูกค้า และเหนือคู่แข่งขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้นี้ ลูกค้าโดยทั่วไปมักจะไม่น่าคาดหวังว่าจะได้รับ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้นี้จึงไม่เพียงแต่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเท่านั้นแต่ยังสร้างความรู้สึกในแง่ดีให้กับลูกค้าอีกทั้งช่วยให้ลูกค้ารู้สึกมีความสำคัญและมีความสุขเป็นอย่างยิ่ง ที่ได้รับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือค่าบริการ ค่าธรรมเนียมที่เข้ารับการบริการซึ่งลูกค้าต้องจ่ายให้แก่ผู้ให้บริการ ซึ่งราคามีความสำคัญต่อการรับรู้ในคุณค่าของบริการที่นำเสนอมีผลต่อการรับรู้ในคุณภาพ และมีบทบาทต่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริการ การประเมินราคาของผู้บริโภคสำหรับการบริการนั้น ผู้บริโภคจะนำความรู้เกี่ยวกับราคาอ้างอิงคุณภาพและต้นทุนที่มีใช้ตัวเงิน คือ ต้นทุนด้านเวลา ต้นทุนในการค้นหา ต้นทุนความสะดวก และต้นทุนด้านจิตใจมาเกี่ยวข้องในการตัดสินใจใช้บริการ

การกำหนดราคาหรือค่าบริการที่เหมาะสมนั้นควรได้พิจารณาเทียบต้นทุนการผลิตกำไร ที่ควรได้รับ และคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้มีความใกล้เคียงกัน ซึ่งมีหลักในการกำหนดราคาอยู่ 4 ประการ ดังนี้ คือ

2.1 การกำหนดราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์ เป็นการตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุน กำไรที่ควรได้รับในการให้บริการตามสถานการณ์ที่เหมาะสม

2.2 การกำหนดราคาตามโอกาส เป็นการตั้งราคาโดยคำนึงถึงสภาวะรายได้ ความเป็นอยู่ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วย

2.3 การกำหนดราคาตามจิตวิทยา เป็นการกำหนดราคาตามความรู้สึกจากการรับรู้ของผู้บริโภคที่มาใช้บริการว่า เป็นที่พึงพอใจและเหมาะสมกับค่าของเงินที่ต้องจ่ายไป ซึ่งควรเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและการให้บริการด้วย

2.4 การกำหนดราคาตามสถานการณ์ตลาด วิธีนี้ถือว่าเป็นการตั้งราคาสินค้าหรือบริการที่เป็นมาตรฐานตามตลาดทั่วไป และขึ้นกับลักษณะของการบริการว่ามีความสอดคล้องกับความจำเป็นของผู้ใช้บริการมากน้อยเพียงใด รวมทั้งจำนวนที่ผู้ให้บริการต้องจ่ายด้วย

3. สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place or distribution) หมายถึงสถานที่และช่องทางในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภค หรือจากผู้ให้บริการไปยังลูกค้า ผู้รับบริการ ณ ที่ใดที่หนึ่งที่มีความเหมาะสม และสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย รวมถึงการกำหนดช่องทางในการกระจายการให้บริการแก่ลูกค้าในที่ต่างๆ อย่างทั่วถึง

ส่วนประกอบด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

3.1 ทำเลที่ตั้ง ความสำคัญของทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ ขึ้นอยู่กับประเภทของการบริการ และระดับของการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าเป็นหลัก กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความต้องการไปรับบริการ ณ สถานที่ของผู้ให้บริการ ทำเลที่ตั้งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยต้องคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าที่มารับบริการเป็นหลัก ได้แก่ ตั้งในทำเลที่มีการคมนาคมไปมาสะดวก มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ เป็นต้น

3.2 ช่องทางในการนำเสนอ ในระบบการจัดจำหน่ายบริการ ประกอบด้วยสมาชิกที่สำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ ผู้ให้บริการ คนกลาง และ ผู้บริโภค นอกจากนี้มีทางเลือกของช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย การขายตรง ตัวแทน หรือ นายหน้า ตัวแทนของผู้ขายและผู้ซื้อ ผู้ให้บริการที่ได้รับสัญญาหรือสิทธิในการบริการ และการให้บริการทางระบบอินเทอร์เน็ต

การเลือกทำเลที่ตั้งและช่องทางในการนำเสนอบริการจึงขึ้นอยู่กับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของตลาดและลักษณะของบริการเอง สำหรับช่องทางการนำเสนอบริการที่พบบ่อยครั้งพบว่า คนกลางเป็นผู้ให้บริการด้วย ขณะที่ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบการขายตรงถือว่าเป็นช่องทางที่เหมาะสมสำหรับบริการ โดยเฉพาะการบริการด้านวิชาชีพ ส่วนในอนาคตมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการต่างๆ ได้เห็นความสำคัญของการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการบริการกันมากขึ้น โดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้าหรือบริการเกือบทุกชนิดได้จากระบบอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้าโดยมีเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสารสูงใจหรือเตือนความทรงจำของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการของกิจการ โดยการเลือกใช้วิธีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การสื่อสารข้อมูลสินค้า การใช้พนักงาน การแจกแถมหรือชิงโชค การลดราคาอันเป็นการกระตุ้นชักจูงให้ลูกค้าหันมาสนใจการบริการของตนเองมากขึ้นและรวมถึงความชอบพอในการบริการนั้นติดต่อกันไปอย่างสม่ำเสมอด้วย ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการวางแผน และหากวิธีส่งเสริมการตลาดของตนไปยังผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการของตนเองมากขึ้นตามไปด้วย

กฤษณา รัตนพฤกษ์ (2545) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ทางการตลาดบริการจะมีการเพิ่มส่วนประสมทางการตลาดอีก 3 ด้าน ได้แก่ คน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และกระบวนการ ดังนี้

5. คน (People) หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการนำเสนอบริการซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าและลูกค้าอื่นๆในระบบการตลาดบริการ นอกจากนี้บุคลิกภาพ การแต่งกาย ทักษะคติและพฤติกรรมของพนักงานย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในบริการของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าคนอื่นๆ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับลูกค้าด้วยกันเอง ซึ่งในกิจกรรมการให้บริการด้านวิชาชีพ ซึ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า พนักงานที่ให้บริการหรือติดต่อกับลูกค้า มีความสำคัญมาก เสมือนกับว่าผู้ให้บริการ คือบริการหรือแม้แต่นักงานในระดับปฏิบัติงาน เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานรักษาความปลอดภัย หรือช่างติดตั้งอุปกรณ์ การให้บริการของเขาก็มีความสำคัญมากต่อคุณภาพของบริการที่ลูกค้ารับรู้ได้และต่อองค์กร

6. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึงสภาพแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอบริการและสถานที่ซึ่งกิจกรรมกับลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน รวมถึงส่วนประกอบใดก็ตามที่เห็นได้อย่างชัดเจนซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการ โดยสิ่งซึ่งแสดงให้ลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องมืออุปกรณ์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ซองกระดาษ จดหมาย รถให้บริการ และความสะอาดของอาคารสถานที่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของบริการได้ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ในทางบวกให้แก่องค์กรได้

7. กระบวนการ (Process) หมายถึงระเบียบวิธี กลไก และการเคลื่อนย้ายของกิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นทั้งในระบบของการนำเสนอ และปฏิบัติงานบริการ ซึ่งในกระบวนการการผลิตบริการ มีการนำเสนอบริการ ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า และยังมีการเคลื่อนย้ายในการปฏิบัติงานบริการ ซึ่งทั้งหมดนี้ ลูกค้าเห็นได้ชัดจึงตัดสินใจได้ว่าบริการนั้นเป็นอย่างไร กระบวนการบริการมีทั้งแบบมาตรฐาน และแบบให้อำนาจพนักงานตัดสินใจตามความต้องการของลูกค้า แต่ละราย กิจกรรมจะใช้กระบวนการแบบใดขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ขององค์กร ความต้องการของตลาด เป้าหมาย และตำแหน่งของบริการที่วางไว้

2.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยว

1. อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึงความปรารถนาของคนที่ จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว ดังนั้น อุปสงค์ของการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับราคา (ดูย ชุมสาย, ม.ล., 2527) โดยอุปสงค์ของการท่องเที่ยวนี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการทั่วไปและสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยวและสายการบิน เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้มีการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นและจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยว มีดังนี้คือ

2.1 ปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนในด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นต้น

2.2 ปัจจัยดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานของการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความสะดวกในการท่องเที่ยว ทัศนียภาพของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ราคาสินค้าหรือบริการของการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. อุปทานของการท่องเที่ยว

อุปทานของการท่องเที่ยว หมายถึงสินค้าและบริการทุกชนิดที่ผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีไว้เพื่อสามารถตอบสนองกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรม สิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดค้นขึ้นมา ซึ่งอุปทานนี้เองเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ (ดูย ชุมสาย, ม.ล., 2527)

4. ลักษณะของอุปทานการท่องเที่ยว

4.1 เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็นความรู้สึกเท่านั้น การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น

4.2 เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอยในการขายสินค้าและบริการ และไม่มีตัวตนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งออกสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะต้องเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง

4.3 ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ อันเนื่องจากการท่องเที่ยวนี้เกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลทำให้ในการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากปัจจัยไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจราจร สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

4.4 ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณและคุณภาพสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายได้แต่จะคงสภาพปริมาณเท่าเดิม หากมีการจัดการ การพัฒนา และการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนกับสินค้าชนิดอื่นๆ

4.5 ผลผลิตไม่สามารถที่จะเก็บไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนของห้องพัก และจำนวนแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยทำให้การจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม นำไปสู่คุณภาพที่อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวเท่ากัน

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

สุชาวลี สุทธิคณิง (2542) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 31-40 ปี มีสถานะภาพสมรสแล้ว และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งสถานบริการนวดแผนโบราณที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยไปใช้บริการและใช้บริการอยู่ในปัจจุบันมากที่สุด คือ รินแก้วโพธิเวช โดยความถี่ในการใช้บริการ คือ 1-4 ครั้งต่อเดือน และช่วงเวลาและวันที่มาใช้บริการไม่แน่นอน ส่วนใหญ่มาใช้บริการเป็นเวลา 2 ชั่วโมง เหตุผลเพื่อผ่อนคลายความเครียดมากกว่าด้านอื่นๆ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคตามความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านบุคคลและการบริการ เครื่องมือ สถานที่ ภาพพจน์ ราคาและการส่งเสริมการตลาด และปัญหาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบจากการใช้บริการนวดแผนโบราณ คือ ปัญหาด้านบุคคลและการบริการ ราคา เครื่องมือ สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และภาพพจน์ นอกจากนี้ปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และส่วนใหญ่สังคมไทยยังไม่นิยมไปใช้บริการนวดแผนโบราณเพราะทำให้เสียภาพพจน์

สุดสงวน คำคุณ (2542) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการใช้บริการนวดแผนไทยในคลินิกการแพทย์แผนไทย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ในการนวดไทย ทักษะคิดต่อการนวดไทย ความเชื่อต่อการนวดไทย ค่านิยมต่อการนวดไทย การรับรู้ต่อการนวดไทย ปัจจัยสนับสนุนและการยอมรับจากผู้อื่น ได้แก่ การบริการ ระยะเวลา และความสะดวกในการได้รับข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ไปรับบริการในคลินิกการแพทย์แผนไทย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 382 คน และ

กลุ่มตัวอย่างที่ไปใช้บริการนวดไทย จำนวน 122 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการห่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านความรู้ ทักษะคติ ความเชื่อ ค่านิยม การรับรู้ของผู้ไปใช้บริการนวดไทยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ที่ไม่ไปใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยสนับสนุนและการยอมรับของบุคคลอื่นๆ ได้แก่ ญาติ เพื่อน บุคลากรทางการแพทย์ของผู้ไปใช้บริการและผู้ที่ไม่ไปใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยเอื้อด้านบริการระยะทาง เวลาความสะดวก วิธีการได้รับข้อมูลข่าวสารของผู้ไปใช้บริการและผู้ที่ไม่ไปใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ชรินทร์ วรกุลกิจกำธร (2545) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทย เพื่อพัฒนาให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คำนึงถึงผู้ให้บริการนวดเป็นอันดับแรกซึ่งผู้ให้บริการมักต้องการให้ผู้ให้บริการนวดเป็นเพศหญิง โดยมีพฤติกรรมนวดเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ รวมทั้งนิยมใช้บริการในสถานบริการเพียงแห่งเดียวเป็นประจำ สาเหตุมาจากสถานบริการมีหมอนวดที่ดี อัตราค่าบริการทั้ง 4 แห่ง ส่วนใหญ่จะเท่ากัน คือ 100 บาทต่อชั่วโมง โดยใช้บริการนวดเฉลี่ยเพียง 1 ครั้งต่อเดือน วันที่นิยมใช้บริการมากที่สุด คือ ช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์และเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับเวลาว่าง ผู้ใช้บริการหาข้อมูลของของสถานบริการลำบาก เพราะเจ้าของธุรกิจไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อใดๆ ผลลัพธ์เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการพึงพอใจมากที่สุด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการพอใจน้อยที่สุดด้านความต้องการเจ้าของธุรกิจมีความต้องการให้รัฐบาลเข้าไปดูแลช่วยเหลือในด้าน การฝึกอบรมการประกอบธุรกิจ สนับสนุนเงินทุนในการปรับปรุงธุรกิจ และกำหนดนโยบายในเรื่องการนวดแผนไทยให้ชัดเจน หมคนวดมีความต้องการให้รัฐบาลจัดสวัสดิการ และจัดฝึกอบรมความรู้ด้านการนวดแผนไทย ผู้ใช้บริการต้องการให้เจ้าของธุรกิจปรับปรุงสถานบริการให้ดีขึ้น ส่วนนโยบายและแผนของรัฐบาลไม่มีความชัดเจน รัฐบาลขาดการดูแลเอาใจใส่ต่อธุรกิจการนวดเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้จัดทำแผนการพัฒนาการนวดแผนไทย เพื่อให้ทั้งธุรกิจการนวดแผนไทยและภูมิปัญญาการนวดแผนไทยพัฒนาไปพร้อมๆกัน และอยู่คู่กับคนไทยตลอดไป แผนดังกล่าวคือ แผนด้านการตลาดและแผนด้านความร่วมมือกับภาครัฐ

ศุภนิษฐ์ เหมะวรรณ (2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ใช้บริการนวดแผนโบราณตามสถานบริการนวดแผนโบราณ 12 แห่ง รวมทั้งหมด 120 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามสัดส่วนของพนักงานนวดของ

สถานบริการนวดแผนโบราณแต่ละแห่งและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 21-30 ปี และมีอาชีพเป็นนักศึกษามากที่สุด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณตามลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ได้แก่ พนักงานนวด ต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการนวดเป็นอย่างดี พนักงานนวดสามารถอธิบายแนะนำวิธีนวดแผนไทยได้และด้านพนักงานนวดมีความสนใจในการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ได้แก่ ด้านราคานวดต่อการใช้เวลาในการนวด 1 ชั่วโมง และด้านราคานวดต่อการใช้เวลาในการนวด 2 ชั่วโมง ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ ด้านความสะอาดของห้องนอน ฟูก เตียง และหมอน ด้านห้องนวดกว้างขวางไม่อึดอัด สะดวกสบายและมีห้องน้ำไว้บริการอย่างพอเพียง ปัจจัยผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ได้แก่ การมีเสื้อผ้าไว้บริการลูกค้า การมียาหรือน้ำมันบรรเทาอาการปวดเมื่อยไว้จำหน่าย และการมีร้านอาหารภายในสถานที่ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ได้แก่ ข่าวและการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย โดยการให้ส่วนลด และการโฆษณา

ศรีสุดา ชัยชนะ (2546) ได้ศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 100 ราย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาชั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและไม่ได้เป็นสมาชิกสปา เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาต่อครั้ง ประมาณ 501-1,000 บาท และส่วนใหญ่ไปใช้บริการสปาเดือนละ 1 ครั้ง กระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า สาเหตุที่มาใช้บริการสปาที่สำคัญที่สุดเพื่อต้องการพักผ่อนคลายความเครียด ก่อนที่จะไปใช้บริการสปาได้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องความสะอาดมากที่สุด โดยหาข้อมูลจากเพื่อนบ้าน เพื่อนที่ทำงาน คนรู้จักที่เคยไปใช้บริการสปามาก่อน การประเมินทางเลือกนั้นผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประเมินทางเลือกในการใช้บริการสปาดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ 100% ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ นวดแผนไทยราคาต่อครั้ง/ชั่วโมงไม่เกิน 150 บาท ปัจจัยด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีความสะอาดในที่จอดรถ ปัจจัย

ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ปัจจัยด้านบุคคลให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พูดยาเพราะบริการด้วยความระมัดระวังสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส ปัจจัยด้านลักษณะที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สถานที่ต้องมีความสะอาด ปัจจัยด้านกระบวนการที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจัดเตรียมสถานที่ให้เรียบร้อย ก่อนที่ลูกค้าจะใช้บริการทุกครั้ง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปามากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ เพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาด้วยตนเองมากที่สุด การประเมินหลังการบริโภคผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 53) รองลงมา คือ มีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการสปาอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 40) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำให้ญาติพี่น้อง เพื่อนๆคนรู้จัก มาใช้บริการสปา และจะกลับมาใช้บริการสปาในครั้งต่อไป

วรภรณ์ หมอนสะอาด (2546) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยเน้นการศึกษาตามทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของสถานบริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 150 คน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดทั้งตัวถึงร้อยละ 51.33 รองลงมาคือนวดฝ่าเท้า ร้อยละ 44 โดยสาเหตุที่ใช้บริการนวดแผนไทย คือ เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับบริการ คือ 101-200 บาท ความถี่ในการใช้บริการ คือ ใช้บริการไม่แน่นอน ช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ 18.01-21.00 น. วันที่มาใช้บริการ คือวันเสาร์-อาทิตย์ มีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้ง คือ 1-2 ชั่วโมง ลักษณะการให้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านประจำเพียงร้านเดียว โดยมีเหตุผลคือ บริการได้มาตรฐานหรือได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมัน หรือ สมุนไพรต่างๆ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ การมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ส่วนปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การมีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีสถานที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ สำหรับแหล่งที่ได้รับข้อมูลร้านนวดแผนไทย คือ จากเพื่อน โดยผู้บริโภค

ส่วนใหญ่รู้สึกพอใจมากหลังใช้บริการนวดแผนไทย โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทยด้วย

ยิ่งพร เจียรตระกูล (2548) ได้ทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการนวด และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการนวดแผนไทย จำนวนทั้งสิ้น 120 รายการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และลำดับความสำคัญ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนวดแผนไทยที่ขึ้นทะเบียนกับสาธารณสุขมีจำนวน 6 แห่ง โดยลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของคนเดียว เปิดให้บริการประเภทนวดตัว นวดฝ่าเท้า และประคบสมุนไพร อัตราค่าบริการแก่ลูกค้าจะอยู่ที่ราคา 80-100 บาทต่อชั่วโมง โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สะดวกในการไปใช้บริการและมีจุดเด่นคือเรื่องของความสะอาดและปลอดภัย ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการมาจากการแนะนำของผู้ที่เคยมาใช้บริการแล้ว ในส่วนผลตอบแทนของธุรกิจ สถานประกอบการมีรายได้อยู่ระหว่าง 12,800-21,000 บาทต่อเดือน ส่วนต้นทุนทั้งหมดอยู่ระหว่าง 9,683-35,400 บาทต่อเดือน โดยต้นทุนส่วนใหญ่มาจากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และค่าจ้างแก่ผู้ให้บริการนวดตามลำดับ การศึกษาด้านพฤติกรรมในการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่าผู้ให้บริการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพรับราชการ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาทและเป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพะเยา เหตุผลที่มาใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อต้องการบรรเทาอาการปวดเมื่อย และผ่อนคลายความเครียด โดยความถี่ในการใช้บริการนวดคือ 1 ครั้งต่อเดือน เวลาในการรับบริการครั้งละ 1 ชั่วโมง อัตราค่าบริการอยู่ที่ชั่วโมงละ 100 บาทและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการนวดแผนไทยได้จากการแนะนำของคนรู้จัก เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่ และการให้บริการ ตามลำดับ ในส่วนของผู้ให้บริการนวด พบว่า ผู้ให้บริการนวดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 41-50 ปี สถานภาพสมรส โดยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-4,000 บาทและเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพะเยา โดยมีประสบการณ์ในการนวดไม่เกิน 2 ปี ส่วนใหญ่ฝึกอบรมการนวดระยะสั้นมาจากสถาบันการศึกษาที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ผู้ให้บริการนวดต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนในเรื่องสวัสดิการต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรมเพิ่มเติม การออกใบรับรองวิชาชีพและการหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการเปิดกิจการของตัวเอง ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการนวด

แผนไทยให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น การนำสมุนไพรไทยมาใช้ร่วมกับการนวด นอกจากนี้ยังต้องมีการพัฒนาบุคลากร ให้มีคุณภาพในการให้บริการและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งเครือข่ายการนวดแผนไทย เพื่อให้เกิดความร่วมมือ และเป็นการพัฒนาการนวดแผนไทยให้มีความยั่งยืน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีกรอบแนวคิด ดังนี้คือ

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- มีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมัน ซึ่งทำให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลาย
- ผลิตภัณฑ์ดีมีคุณภาพ
- มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100%

2. ปัจจัยด้านการบริการ

- มีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่
- มีการบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ
- มีความหลากหลายของบริการ
- มีการบริการเสริม เช่น เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

3. ปัจจัยด้านบุคลากร (หมอนวด)

- พนักงานมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือ ความรู้ในการบริการตลอดจนมีประกาศนียบัตรรับรองการฝึกอบรม
- พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสและสุภาพ
- พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
- พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร

4. ปัจจัยด้านราคา

- มีอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ
- มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

5. ปัจจัยด้านสถานที่

- สถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัยและเพียงพอ
- ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิดและสะอาด

การใช้บริการ
นวดแผนไทย
ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่
ของนักท่องเที่ยว

จากกรอบแนวคิดข้างต้น สามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้ คือ

1. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมันสมุนไพรต่างๆ ต้องมีสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยหรือทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดจะต้องมีคุณภาพ นอกจากนั้นยังควรมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด เช่น ภูมิปัญญาล้านนา และสิ่งสำคัญคือผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะต้องผลิตจากธรรมชาติ 100% ปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

2. **ปัจจัยด้านบริการ (Service)** ประกอบด้วย มีการให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ ซึ่งถือเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่ง มีการบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานไม่มีบริการอื่นแอบแฝง มีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการบริการ มีความหลากหลายของบริการ และมีการให้บริการเสริม เช่น บริการเสริมสวยหลังจากการนวด โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

3. **ปัจจัยด้านบุคลากร (หมอนวด)** ประกอบด้วยพนักงานมีประสบการณ์ ความชำนาญฝีมือและความรู้ในการบริการและได้รับประกาศนียบัตรรับรองการฝึกอบรม โดยกระทรวงสาธารณสุขหรือสถาบันที่สอนนวดที่ถูกต้องตามกฎหมาย พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนมีทักษะในการสื่อสารที่ดี โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

4. **ปัจจัยด้านราคา (Price)** ประกอบด้วยมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของบริการที่ให้ และมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

5. **ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)** ประกอบด้วย มีสถานที่จอดรถสะดวกปลอดภัยและเพียงพอ มีห้องนวดเป็นส่วน มิดชิดและสะอาด มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการเช่น สามารถเดินทางมาได้ง่ายเนื่องจากใกล้แหล่งชุมชนที่สำคัญ ดิถุณนใหญ่ มีความสงบเงียบเป็นธรรมชาติและบริเวณโดยรอบมีการตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

6. **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ประกอบด้วย มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet, หนังสือพิมพ์ต่างๆ และมีการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคา การแจกคู่มือ สมัครเป็นสมาชิก โดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวโดยที่ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แต่เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงทำการเก็บข้อมูลโดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 150 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 150 ตัวอย่าง ที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ทำการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 150 คน รวมทั้งสิ้น 300 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มาจาก

- สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือ เขต 1
- สำนักงานสาธารณสุขเขต 3 จังหวัดเชียงใหม่
- เอกสารทางวิชาการ เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วารสารสุขภาพ รายงานการวิจัย

เรื่องสั้นเกี่ยวกับสุขภาพ และการค้นคว้าแบบอิสระ

- สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สารสนเทศอินเทอร์เน็ต

3.4 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะทำการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา เป็นต้น

2) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ประกอบด้วย

- รูปแบบการให้บริการ
- ระยะเวลาที่ใช้บริการ
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการ
- วันที่ใช้บริการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะใช้การวิเคราะห์เชิง พรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย สถิติเชิงพรรณนา

3) การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- ปัจจัยด้านการบริการ
- ปัจจัยด้านราคา
- ปัจจัยด้านสถานที่
- ปัจจัยด้านบุคลากร
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยทำการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวว่าปัจจัยต่างๆดังกล่าวข้างต้นว่า มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยหรือไม่และยังทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง ชาวไทยและชาวต่างชาติว่ามีปัจจัยดังกล่าวข้างต้นนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นแตกต่างกัน หรือไม่โดยใช้สถิติไคสแควร์

4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ประกอบไปด้วยข้อมูลด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ได้แก่ รูปแบบการนวดแบบต่างๆ, การให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ จำนวนผู้ให้บริการ ความสะอาดของผู้ให้บริการ เป็นต้น ส่วนความพึงพอใจด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ความพึงพอใจ ด้านสถานที่ ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง มีความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถมี เพียงพอและความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย เช่น มีส่วนลดในโอกาสพิเศษ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ที่ดี มีสิทธิพิเศษแก่สมาชิก เป็นต้น

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นในเรื่องของความพึงพอใจจากการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านต่างๆ โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลางและน้อย และให้คะแนนตามระดับ คือ ระดับ 3 ระดับ 2 และระดับ 1 ตามลำดับ ดังตาราง

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1

เกณฑ์การแปรความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวดแผนไทย ซึ่งได้กำหนดแบ่งช่วงออกเป็น 3 ช่วงได้แก่ มาก ปานกลางและน้อย โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{3-1}{3} = 0.66$$

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิตการแปรความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยยึดเกณฑ์ตามค่าที่ได้จากสูตรคำนวณของระดับชั้น เท่ากับ 0.66 ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.66 หมายถึง ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.67-2.33 หมายถึง ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการนวดแผนไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ และส่วนที่ 4 คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ปรากฏผลได้ดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.7 และเป็นเพศชายร้อยละ 40.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 54.7 และเป็นเพศชายร้อยละ 47.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.7 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 35.3 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	68	45.3	53	35.3	121	40.3
หญิง	82	54.7	97	64.7	179	59.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.2 อายุ

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี ร้อยละ 60 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 29.7 และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้นี้จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี ร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 22 และเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ร้อยละ 16.7 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้นี้จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี ร้อยละ 56 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 30 และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ร้อยละ 14 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25-30 ปี	10	16.7	21	14.0	31	10.3
31-50 ปี	96	61.3	84	56.0	180	60.0
มากกว่า 50 ปี	44	22.0	45	30.0	89	29.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

4.1.3 สถานภาพสมรส

นักท่องเที่ยวนักที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวนักที่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 34.7 และเป็นนักท่องเที่ยวนักที่มีสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวนักชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวนักที่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 32 ที่เหลือเป็นผู้ที่มีสถานภาพเป็นหม้าย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวนักต่างชาตินักที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวนักที่มีสถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 37.3 และมีสถานภาพเป็นหม้าย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนนักท่องเที่ยวนักกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	นักท่องเที่ยวนักชาวไทย		นักท่องเที่ยวนักต่างชาตินัก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	48	32.0	56	37.3	104	34.7
สมรส	94	62.7	89	59.3	183	61.0
หม้าย	5	3.3	4	2.7	9	3.0
หย่าร้าง	3	2.0	1	0.7	4	1.3
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

นักท่องเที่ยวนักที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือจบการศึกษาในระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 20.7 และจบการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้อาจมีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือจบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวช./ปวส คิดเป็นร้อยละ 22.7 และจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้อาจมีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 24.7 นอกจากนั้นเป็นนักท่องเที่ยวยที่จบการศึกษาสูงสุดในระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนนักท่องเที่ยวยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	นักท่องเที่ยวยชาวไทย		นักท่องเที่ยวยต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	3.3	0	0.0	5	1.7
มัธยมศึกษา	20	13.3	12	8.0	32	10.7
อนุปริญญา/ ปวช./ ปวส.	34	22.7	28	18.7	62	20.7
ปริญญาตรี	78	52.0	69	46.0	147	49.0
ปริญญาโท	12	8.0	37	24.7	49	16.3
ปริญญาเอก	1	0.7	4	2.7	5	1.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.5 อาชีพ

นักท่องเที่ยวยที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 56.7 ที่เหลือเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 43.3

นักท่องเที่ยวยชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้อาจมีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน โดยประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.3

นอกจากนั้นเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน โดยเป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18 ซึ่งมักจะมาใช้บริการเมื่อมีเวลาว่างในช่วงวันหยุดจากการทำงานหรือเดินทางมาทำงาน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ไม่แน่นอน โดยเป็นนักธุรกิจที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน โดยเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.7 นอกจากนั้นเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รายได้แน่นอน	103	68.7	67	44.7	170	56.7
-ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	52.4	12	8.0	66	22.0
-พนักงานบริษัทเอกชน	41	27.3	31	20.7	72	24.0
-ข้าราชการบำนาญ	8	5.3	24	16.0	32	8.0
2. รายได้ไม่แน่นอน	47	31.3	83	55.3	130	43.3
-ประกอบธุรกิจส่วนตัว	27	18.0	49	32.7	76	25.3
-รับจ้างอิสระ	18	12.0	28	18.7	46	15.3
-อื่นๆ เช่น นักศึกษา	2	1.3	6	4.0	8	2.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 30,001-50,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือมีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39.7 มีเพียงส่วนน้อยที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.3 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

ระดับรายได้ (บาท)	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
10,000-30,000	82	54.7	37	24.7	119	39.7
30,001-50,000	56	37.3	96	64.0	152	50.7
มากกว่า 50,000	12	8.0	17	11.3	29	9.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.7 ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.3 และเคยเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่เพียง 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้อาจมีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แล้ว โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาก็คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่แล้ว 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.3 และมีนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้อาจมีจำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเชียงใหม่จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.7 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ความถี่ในการเดินทาง	นักท่องเที่ยว ชาวไทย		นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	มาครั้งแรก	6	4.0	98	65.3	104
มา 1 ครั้ง	56	37.3	25	16.7	81	27.0
2-3 ครั้ง	63	42.0	19	12.7	82	27.3
มากกว่า 3 ครั้ง	25	16.7	8	5.3	33	11.0
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.8 ระยะเวลาในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เดินทางมาพักในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเวลา 4-6 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือเดินทางมาพัก 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และเดินทางมาพักมากกว่า 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่นิยมมาพักในจังหวัดเชียงใหม่เป็นระยะเวลา 1-3 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการมาพักเป็นเวลา 4-6 วัน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางมาพักเป็นเวลามากกว่า 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน มักนิยมเดินทางมาพักในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเวลา 4-6 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มาพักเป็นเวลา 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 44 และมีนักท่องเที่ยวเพียงส่วนน้อยที่มาพักเป็นเวลามากกว่า 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ระยะเวลาในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

ระยะเวลาพัก (วัน)	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน	73	48.7	66	44.0	139	46.3
4-6 วัน	68	45.3	76	50.7	144	48.0
มากกว่า 6 วัน	9	6.0	8	5.3	17	5.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.9 ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 31 และเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30 และเดินทางมาคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว ซึ่งจะเป็นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเชียงใหม่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 14 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ลักษณะการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

ลักษณะการเดินทางมา	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	19	12.7	15	10.0	34	11.3
มากับครอบครัว	72	48.0	21	14.0	93	31.0
มากับเพื่อน	45	30.0	18	12.0	63	21.0
มากับบริษัทนำเที่ยว	14	9.3	96	64.0	110	36.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.10 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมาคือเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนาหรือฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 16 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อประชุมสัมมนา หรือฝึกอบรม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่พักอาศัยที่โรงแรมใกล้กับร้านนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเยี่ยมชมจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดเช่นเดียวกับชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนาหรือฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 9.3และเดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	112	74.7	115	76.7	227	75.7
ติดต่อธุรกิจ	2	1.3	12	8.0	14	4.7
ประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม	8	5.3	14	9.3	22	7.3
ทัศนศึกษา/ดูงาน	4	2.7	7	4.7	11	3.7
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	24	16.0	2	1.3	26	8.7
รวม	150	100.0	150	100.0	300	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนคือ ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวและ พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามเพศ อายุและรายได้ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

4.2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งข้อมูลได้เป็น 3 ส่วนดังนี้คือ

1) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปในการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 62.3 และเป็นนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 37.7

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเป็นจำนวน 200-300 บาทต่อชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือเสียค่าบริการมากกว่า 300 บาทต่อชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.7 และเสียค่าบริการ 100 บาทต่อชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านเหตุผลในการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดแผนไทยเนื่องจากต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือต้องการดูแลเกี่ยวกับสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 26.7 และมีความสนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยคิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

ส่วนทางด้านบุคคลที่มีส่วนในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีไกด์นำเที่ยวคอยให้คำแนะนำในการใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และเป็นนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาใช้บริการด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

ทางด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยแหล่งข้อมูลการนวดแผนไทยจากการค้นหาข้อมูลจากสื่อสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ อาศัยแหล่งข้อมูลจากบุคคลในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 18.7 และอาศัยข้อมูลจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงการเลือกใช้บริการในอนาคตและการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่คิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีเพียงส่วนน้อยที่จะไม่กลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

81.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำให้ผู้คล้ออื่นหรือไม่คิดเป็นร้อยละ 15.3 และมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่จะไม่แนะนำให้ผู้คล้ออื่นมาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

2) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 70 นอกจากนั้นเป็นผู้ที่ไม่เคยใช้บริการมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 30 โดยนักท่องเที่ยวจะเสียค่าบริการนวดแผนไทยแต่ละครั้งจำนวน 100 บาทต่อชม.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือเสียค่าบริการ 200-300 บาทต่อชม. คิดเป็นร้อยละ 42 และเสียค่าบริการมากกว่า 300 บาทต่อชม. คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดเพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือต้องการดูแลเกี่ยวกับสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 38 และมีความสนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่คือ เพื่อนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาใช้บริการด้วยตนเอง ร้อยละ 22.7 และได้รับคำแนะนำจากไกด์นำเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อาศัยข้อมูลการนวดแผนไทยจากครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่อาศัยข้อมูลจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และอาศัยข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 21.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เกิดความประทับใจและชื่นชอบในการนวดแผนไทยจึงจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยในอนาคตคิดเป็นร้อยละ 84.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะแนะนำให้ผู้คล้ออื่นมาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำให้ผู้คล้ออื่นมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20 และจะไม่แนะนำให้ผู้คล้ออื่นมาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

3) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 54.7 นอกจากนั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 45.3 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสียค่าบริการนวดแผนไทยแต่ละครั้งมากกว่า

300 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือเสียค่าบริการนวดแผนไทย 200-300 บาทต่อ ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 36 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลการใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยในการดูแลสุขภาพด้วยวิธีบำบัดจากธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวต้องการผ่อนคลายความเครียดคิดเป็นร้อยละ 32.7 และต้องการดูแลสุขภาพเกี่ยวกับสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีไกด์หรือบริษัทนำเที่ยวเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการนวดแผนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 15.3 และอาศัยเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ทางด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมาคืออาศัยข้อมูลจากแผ่นพับหรือโบปปลิวตามแหล่งที่พักต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 19.3 และอาศัยข้อมูลจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยในอนาคตและการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติต่างมีความเห็นว่าจะกลับมาใช้บริการอีกคิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 42.7 และมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยที่จะไม่กลับมาใช้บริการอีก คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ โดยจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 10.7 และจะไม่แนะนำบุคคลอื่นคิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการใช้บริการ						
- เคยใช้บริการ	105	70.0	82	54.7	187	62.3
- ไม่เคยใช้บริการ	45	30.0	68	45.3	113	37.7

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลเกี่ยวกับในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

2. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ						
- 100 บาท/ชม.	82	54.7	0	0.0	82	27.3
- 200-300 บาท/ชม.	63	42.0	54	36.0	117	39.0
- มากกว่า 300 บาท/ชม.	5	3.3	96	64.0	101	33.7
3. เหตุผลในการใช้บริการ						
- เพื่อดูแลเกี่ยวกับสุขภาพ	57	38.0	23	15.3	80	26.7
- สนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย	15	10.0	61	40.7	76	25.3
- เพื่อผ่อนคลายความเครียด	64	42.7	49	32.7	113	37.7
- ต้องการทดลอง	14	9.3	17	11.3	31	10.3
4. บุคคลที่มีส่วนในการใช้บริการ						
- เพื่อน	89	59.3	17	11.3	106	35.3
- ตัดสินใจด้วยตนเอง	34	22.7	23	15.3	57	19.0
- ครอบครัว	13	8.7	14	9.3	27	9.0
- ไกด์นำเที่ยว	14	9.3	96	64.0	110	36.7
5. แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจ						
- แผ่นพับ/ใบปลิว	16	10.7	29	19.3	45	15.0
- ป้ายโฆษณา	15	10.0	12	8.0	27	9.0
- คนในครอบครัว	45	30.0	11	7.3	56	18.7
- เพื่อน	34	22.7	19	12.7	53	17.7
- นิตยสาร	8	5.3	2	1.3	10	3.3
- อินเทอร์เน็ต	32	21.3	77	51.3	109	36.3
6. การใช้บริการในอนาคต						
- ใช่	127	84.7	82	54.7	209	69.7
- ไม่แน่ใจ	23	15.3	64	42.7	87	29.0
- ไม่ใช่	0	0.0	4	2.7	4	1.3

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลเกี่ยวกับในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

7. การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้						
บริการ						
- แนะนำ	116	77.3	128	85.3	244	81.3
- ไม่แน่ใจ	30	20.0	16	10.7	46	15.3
- ไม่แนะนำ	4	2.7	6	4.0	10	3.3

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่สามารถแบ่งหัวข้อออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 300 คน สามารถจำแนกหัวข้อออกเป็นรูปแบบบริการที่ใช้ ระยะเวลาในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ โดยสามารถจะจำแนกผลการศึกษาดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือใช้บริการนวดแผนไทยแบบนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 22.3 และใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 22.0 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการนวดเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 54.3 นอกจากนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการนวดเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 45.7

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดแผนไทยในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือช่วงเวลาระหว่าง 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.3 และมาใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

ในด้านวันที่มาใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ มาใช้บริการโดยไม่มีเวลาที่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และมาใช้บริการในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 31 ตามลำดับ

2) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือใช้บริการนวดฝ่าเท้าร้อยละ 26 และนวดเฉพาะจุดร้อยละ 20 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการใช้บริการนาน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 64 รองลงมาใช้บริการนาน 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 36 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการมาใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ ช่วงเวลาระหว่าง 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28 และมาใช้บริการในช่วงเวลาระหว่าง 18.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาใช้บริการในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือมาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และมาใช้บริการโดยไม่มีวันที่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

3) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ นวดเฉพาะจุดร้อยละ 24 และนวดฝ่าเท้าร้อยละ 18.7 ตามลำดับ โดยใช้บริการนาน 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือใช้เวลาในการนวดนาน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 44.7 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการในเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือเวลาระหว่าง 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20.7 และมาใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะเดินทางมาใช้บริการไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 40 และมาใช้บริการในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวน

พฤติกรรม	นักท่องเที่ยวน		นักท่องเที่ยวน		รวม	
	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. รูปแบบการให้บริการ						
- นวดทั้งตัว	52	34.7	64	42.7	116	38.7
- นวดเฉพาะจุด	30	20.0	36	24.0	66	22.0
- นวดฝ่าเท้า	39	26.0	28	18.7	67	22.3
- อบไอน้ำสมุนไพร	10	6.7	4	2.7	14	4.7
- นวดประคบสมุนไพร	4	2.7	7	4.7	11	3.7
- นวดน้ำมัน	15	10.0	11	7.3	26	8.7
2. ระยะเวลาในการให้บริการ						
- 1 ชั่วโมง	96	64.0	67	44.7	163	54.3
- 2-3 ชั่วโมง	54	36.0	83	55.3	137	45.7
3. ช่วงเวลาในการให้บริการ						
- 10.00-12.00 น.	6	4.0	5	3.3	11	3.7
- 12.01-14.00 น.	13	8.7	21	14.0	34	11.3
- 14.01-16.00 น.	57	38.0	69	46.0	126	42.0
- 16.01-18.00 น.	42	28.0	31	20.7	73	24.3
- 18.01-20.00 น.	20	13.3	18	12.0	38	12.7
- 20.01-22.00 น.	12	8.0	6	4.0	18	6.0
4. วันที่เลือกให้บริการ						
- วันจันทร์-ศุกร์	7	4.7	11	7.3	18	6.0
- วันเสาร์-อาทิตย์	86	57.3	7	4.7	93	31.0
- วันหยุดนักขัตฤกษ์	35	23.3	60	40.0	95	31.7
- แล้วยแต่โอกาส	22	14.7	72	48.0	94	31.3

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวจําแนกตามเพศ อายุและรายได้

เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการนวดแผนไทยโดยจําแนกตามเพศ อายุและรายได้สามารถแจกแจงรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้ คือ

1) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจําแนกตามเพศ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จําแนกตามเพศพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงใช้บริการนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือใช้บริการนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 22 และใช้บริการนวดฝ่าเท้ารวมทั้งนวดน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายใช้บริการนวดฝ่าเท้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาคือใช้บริการแบบนวดทั้งตัว คิดเป็นร้อยละ 26.5 และใช้บริการนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงระยะเวลาในการใช้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาคือใช้บริการ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 34.1 ส่วนนักท่องเที่ยวเพศชายใช้บริการนาน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือใช้บริการ 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.2 ตามลำดับ

สำหรับช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมาใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.3 และมาใช้บริการในช่วงเวลา 20.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาวันที่ใช้บริการพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือมาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 20.7 และมาใช้บริการแล้วแต่โอกาสคิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวเพศชายจะมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 26.5 และมาใช้บริการแล้วแต่โอกาส คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการให้บริการ						
- นวดทั้งตัว	18	26.5	34	41.5	52	34.7
- นวดเฉพาะจุด	12	17.6	18	22.0	30	20.0
- นวดฝ่าเท้า	29	42.6	10	12.2	39	26.0
- อบไอน้ำสมุนไพร	2	2.9	8	9.8	10	6.7
- นวดประคบสมุนไพร	2	2.9	2	2.4	4	2.7
- อื่นๆ (นวดน้ำมัน)	5	7.4	10	12.2	15	10.0
รวม	68	100.0	82	100.0	150	100.0
2. ระยะเวลาในการเลือกใช้บริการ						
- 1 ชั่วโมง	42	61.8	54	65.9	96	64.0
- 2-3 ชั่วโมง	26	38.2	28	34.1	54	36.0
รวม	68	100.0	82	100.0	150	100
3. ช่วงเวลาในการใช้บริการ						
- 10.00-12.00 น.	2	2.9	4	4.9	6	4.0
- 12.01-14.00 น.	8	11.8	5	6.1	13	8.7
- 14.01-16.00 น.	16	23.5	41	50.0	57	38.0
- 16.01-18.00 น.	27	39.7	15	18.3	42	28.0
- 18.01-20.00 น.	10	14.7	10	12.2	20	13.3
- 20.01-22.00 น.	5	7.4	7	8.5	12	8.0
รวม	68	100.0	82	100.0	150	100.0
4. วันที่เลือกใช้บริการ						
- จันทร์-ศุกร์	4	5.9	3	3.7	7	4.7
- เสาร์-อาทิตย์	39	57.4	47	57.3	86	57.3
- หยุดนักขัตฤกษ์	18	26.5	17	20.7	35	23.3
- แล้วยแต่โอกาส	7	10.3	15	18.3	22	14.7
รวม	68	100.0	82	100.0	150	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

2) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาเป็นผู้ใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 24. ที่เหลือเป็นผู้ที่ใช้บริการแบบ นวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 19.6 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวเพศชายที่ใช้บริการนวดแผนไทย มีผู้ใช้ บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาเป็นผู้ที่ใช้บริการนวดแผนไทย แบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 และเป็นผู้ใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุดจำนวน คิดเป็น ร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการใช้บริการ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิง จำนวน 97 คน มีผู้ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 53.6 รองลงมาเป็นผู้ที่ ใช้บริการเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมง ร้อยละ 46.4 ส่วนนักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 53 คน เป็นผู้ที่ใช้ บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 2-3 ชั่วโมง ร้อยละ 58.5 ที่เหลือเป็นผู้ที่ใช้บริการเป็นเวลา 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 41.5)

ส่วนช่วงเวลาในการใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเป็นผู้ที่มาใช้ บริการนวดแผนไทยในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด ร้อยละ 51.5 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. ร้อยละ 20.6 ส่วนในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. มีผู้มาใช้บริการร้อยละ 12.4ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 53 คน มาใช้บริการในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 35.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 12.01-14.00 น.และ 16.01-18.00 น.เป็นจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ทางด้านวันที่ใช้บริการนวดแผนไทย พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งแบ่งเป็น เพศหญิง เป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแล้วแต่โอกาสมากที่สุด ร้อยละ 57.7 รองลงมาเป็นผู้มาใช้ บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 35.1 นอกจากนั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการช่วงวัน จันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวเพศชายจำนวน 53 คน มีนักท่องเที่ยวที่มาใช้ บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด ร้อยละ 49.1 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ แล้วแต่โอกาส ร้อยละ 30.2 และมาใช้บริการในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ 13.2 ตามลำดับ (ตาราง ที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการให้บริการ						
- นวดทั้งตัว	26	49.1	38	39.2	64	42.7
- นวดเฉพาะจุด	12	22.6	24	24.7	36	24.0
- นวดฝ่าเท้า	9	17.0	19	19.6	28	18.7
- อบไอน้ำสมุนไพร	2	3.8	2	2.1	4	2.7
- นวดประคบสมุนไพร	1	1.9	6	6.2	7	4.7
- อื่นๆ (นวดน้ำมัน)	3	5.7	8	8.2	11	7.3
รวม	53	100.0	97	100.0	150	100.0
2. ระยะเวลาในการเลือกใช้บริการ						
- 1 ชั่วโมง	22	41.5	45	46.4	67	44.7
- 2-3 ชั่วโมง	31	58.5	52	53.6	83	55.3
รวม	53	100.0	97	100.0	150	100.0
3. ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการ						
- 10.00-12.00 น.	3	5.7	2	2.1	5	3.3
- 12.01-14.00 น.	11	20.8	10	10.3	21	14.0
- 14.01-16.00 น.	19	35.8	50	51.5	69	46.0
- 16.01-18.00 น.	11	20.8	20	20.6	31	20.7
- 18.01-20.00 น.	6	11.3	12	12.4	18	12.0
- 20.01-22.00 น.	3	5.7	3	3.1	6	4.0
รวม	53	100.0	97	100.0	150	100.0
4. วันที่เลือกใช้บริการ						
- จันทร์-ศุกร์	7	13.2	4	4.1	11	7.3
- เสาร์-อาทิตย์	4	7.5	3	3.1	7	4.7
- หยุดนักขัตฤกษ์	26	49.1	34	35.1	60	40.0
- แล้วยแต่โอกาส	16	30.2	56	57.7	72	48.0
รวม	53	100.0	97	100.0	150	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

3) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยจำแนกตามอายุพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือนวดฝ่าเท้า อบไอน้ำสมุนไพรและนวดน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 20 และใช้บริการนวดประคบสมุนไพร คิดเป็น ร้อยละ 10 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 30.2 นอกจากนี้เป็นการใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 24 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือใช้บริการนวดแบบการนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 18.2 และใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 15.9 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ใช้เวลาในการนวดเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70 และเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 2-3 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี ใช้เวลาในการนวดเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 41.7 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ใช้เวลาในการนวดเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

ทางด้านช่วงเวลาในการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปีมาใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ30 และมาใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี มาใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.1 และในช่วงเวลา12.01-14.00 น. มีผู้มาใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปีมาใช้บริการในช่วงเวลา 16.01-18.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 14.01-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25 และช่วงเวลาระหว่าง 20.01-22.00 คิดเป็นร้อยละ 13.6 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงวันที่ใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปีมาใช้บริการแล้วแต่โอกาสอำนวยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 20 มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ใช้บริการนวดในวันหยุด

นักซ์ตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปีมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 59.4 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันหยุดนักซ์ตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 29.2 นอกจากนี้มาใช้บริการตามแต่โอกาสในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปีมาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการตามแต่โอกาสในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18.2 ที่เหลือที่มาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักซ์ตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 13.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ

ลักษณะพฤติกรรม	นักท่องเที่ยวชาวไทย						รวม	
	อายุระหว่าง 25-30 ปี		อายุระหว่าง 31-50 ปี		มากกว่า 50 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการให้บริการ								
- นวดทั้งตัว	3	30.0	37	38.5	12	27.3	52	34.7
- นวดเฉพาะจุด	0	0	23	24.0	7	15.9	30	20.0
- นวดฝ่าเท้า	2	20.0	29	30.2	8	18.2	39	26.0
- อบไอน้ำสมุนไพร	2	20.0	2	2.1	6	13.6	10	6.7
- นวดประคบสมุนไพร	1	10.0	2	2.1	1	2.3	4	2.7
- อื่นๆ (นวดน้ำมัน)	2	20.0	3	3.1	10	22.7	15	10.0
รวม	10	100.0	96	100.0	44	100.0	150	100.0
2. ระยะเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 1 ชั่วโมง	7	70.0	56	58.3	33	75.0	96	64.0
- 2-3 ชั่วโมง	3	30.0	40	41.7	11	25.0	54	36.0
รวม	10	100.0	96	100.0	44	100.0	150	100.0
3. ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 10.00-12.00 น.	0	0.0	4	4.2	2	4.5	6	4.0
- 12.01-14.00 น.	1	10.0	10	10.4	2	4.5	13	8.7
- 14.01-16.00 น.	4	40.0	42	43.8	11	25.0	57	38.0
- 16.01-18.00 น.	3	30.0	27	28.1	18	40.9	42	28.0

ตารางที่ 4.15 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ (ต่อ)

3. ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- 18.01-20.00 น.	2	20.0	7	7.3	5	11.4	20	13.3
- 20.01-22.00 น.	0	0.0	6	6.3	6	13.6	12	8.0
รวม	10	100.0	96	100.0	44	100.0	150	100.0
4. วันที่เลือกใช้บริการ								
- จันทร์-ศุกร์	2	20.0	2	2.1	3	6.8	7	4.7
- เสาร์-อาทิตย์	2	20.0	57	59.4	27	61.4	86	57.3
- หยุดนักขัตฤกษ์	1	10.0	28	29.2	6	13.6	35	23.3
- แล้วยแต่โอกาส	5	50.0	9	9.4	8	18.2	22	14.7
รวม	10	100.0	96	100.0	44	100.0	150	100.0

4) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอายุ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยจำนวน 150 คนที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือ นวดฝ่าเท้า และนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 23.8 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปีใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดเป็น คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 27.4 นอกจากนี้ ใช้บริการแบบนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 17.8 และใช้บริการแบบนวดฝ่าเท้าคิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

ส่วนทางด้านระยะเวลาในการใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปีใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 ที่เหลือใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 28.6 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปีใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 46.4 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปีจำนวน 45 คน ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมาคือใช้บริการนวดเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมง ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปีใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.8 และในช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปีใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00น. มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.6 และในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.8 และช่วงเวลาระหว่าง 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงวันที่ใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี มาใช้บริการแล้วแต่โอกาสอันวามมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และในวันหยุดจันทร์-ศุกร์คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี ใช้บริการในวันหยุดนักขัตฤกษ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแล้วแต่โอกาส คิดเป็นร้อยละ 44 นอกจากนั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในวันธรรมดาคือวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มาใช้บริการตามแต่โอกาสในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาเป็นผู้ที่มาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 31.1 และส่วนน้อยที่มาใช้บริการในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 6.7 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอายุ

ลักษณะพฤติกรรม	นักท่องเที่ยวต่างชาติ						รวม	
	อายุระหว่าง 25-30 ปี		อายุระหว่าง 31-50 ปี		อายุมากกว่า 50 ปี		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. รูปแบบการให้บริการ								
- นวดทั้งตัว	11	52.4	34	40.5	19	42.2	64	42.7
- นวดเฉพาะจุด	5	23.8	23	27.4	8	17.8	36	24.0
- นวดฝ่าเท้า	5	23.8	16	19.0	7	15.6	28	18.7
- อบไอน้ำสมุนไพร	0	0.0	2	2.4	2	4.4	4	2.7
- นวดประคบสมุนไพร	0	0.0	4	4.8	3	6.7	7	4.7
- อื่นๆ (นวดน้ำมัน)	0	0.0	5	6.0	6	13.3	11	7.3
รวม	21	100.0	84	100.0	45	100.0	150	100.0

ตารางที่ 4.16 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ลักษณะพฤติกรรม	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ						รวม	
	อายุระหว่าง 25-30 ปี		อายุระหว่าง 31-50 ปี		อายุมากกว่า 50 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. ระยะเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 1 ชั่วโมง	15	71.4	39	46.4	13	28.9	67	44.7
- 2-3 ชั่วโมง	6	28.6	45	53.6	32	71.1	83	55.3
รวม	21	100.0	84	100.0	45	100.0	150	100.0
3. ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 10.00-12.00 น.	0	0.0	2	2.4	3	6.7	5	3.3
- 12.01-14.00 น.	5	23.8	9	10.7	7	15.6	21	14.0
- 14.01-16.00 น.	12	57.1	36	42.9	21	46.7	69	46.0
- 16.01-18.00 น.	4	19.0	19	22.6	8	17.8	31	20.7
- 18.01-20.00 น.	0	0.0	12	14.3	6	13.3	18	12.0
- 20.01-22.00 น.	0	0.0	6	7.1	0	0.0	6	4.0
รวม	21	100.0	84	100.0	45	100.0	150	100.0
4. วันที่เลือกใช้บริการ								
- จันทร์-ศุกร์	3	14.3	5	6.0	3	6.7	11	7.3
- เสาร์-อาทิตย์	2	9.5	3	3.6	2	4.4	7	4.7
- หยุดนักขัตฤกษ์	7	33.3	39	46.4	14	31.1	60	40.0
- แล้วยแต่โอกาส	9	42.9	37	44.0	26	57.8	72	48.0
รวม	21	100.0	84	100.0	45	100.0	150	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

5) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยจำแนกตามรายได้ สามารถแจกแจงรายละเอียดดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 46.3 รองลงคือนวดฝ่าเท้า คิดเป็น

ร้อยละ 26.8 และใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 14.6 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุดมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ นวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 23.2 และใช้บริการแบบนวดทั้งตัว คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ใช้บริการแบบนวดฝ่าเท้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ นวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 และใช้บริการแบบนวดทั้งตัว คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านระยะเวลาในการใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.1 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 32.9 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 42.9 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ใช้บริการในช่วงเวลา 14.00-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 47.6 และในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 18.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.2 และในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ใช้บริการในช่วงเวลา 12.00-14.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25 และในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ในด้านวันที่ใช้บริการนวดแผนไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมาคือใช้บริการนวดในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 18.3 ที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการแล้วแต่โอกาสอำนวย คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท มาใช้บริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 30.4 และเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการตามแต่โอกาสในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามลำดับ สำหรับ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มาใช้บริการในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์จำนวน คิดเป็นร้อยละ 25 และวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ(ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้

ลักษณะพฤติกรรม	นักท่องเที่ยวชาวไทย							
	10,000-30,000 บาท		30,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการให้บริการ								
- นวดทั้งตัว	38	46.3	12	21.4	2	16.7	52	34.7
- นวดเฉพาะจุด	12	14.6	15	26.8	3	25.0	30	20.0
- นวดฝ่าเท้า	22	26.8	13	23.2	4	33.3	39	26.0
- อบไอน้ำสมุนไพร	5	6.1	4	7.1	1	8.3	10	6.7
- นวดประคบสมุนไพร	2	2.4	2	3.6	0	0.0	4	2.7
- อื่นๆ (นวดน้ำมัน)	3	3.7	10	17.9	2	16.7	15	10.0
รวม	82	100.0	56	100.0	12	100.0	150	100.0
2. ระยะเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 1 ชั่วโมง	55	67.1	32	57.1	9	75.0	96	64.0
- 2-3 ชั่วโมง	27	32.9	24	42.9	3	25.0	54	36.0
- มากกว่า 3 ชั่วโมง	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	82	100.0	56	100.0	12	100.0	150	100.0
3. ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 10.00-12.00 น.	0	0.0	5	8.9	1	8.3	6	4.0
- 12.01-14.00 น.	1	1.2	8	14.3	4	33.3	13	8.7
- 14.01-16.00 น.	39	47.6	18	32.1	0	0.0	57	38.0
- 16.01-18.00 น.	33	40.2	6	10.7	3	25.0	42	28.0
- 18.01-20.00 น.	5	6.1	13	23.2	2	16.7	20	13.3
- 20.01-22.00 น.	4	4.9	6	10.7	2	16.7	12	8.0
รวม	82	100.0	56	100.0	12	100.0	150	100.0

ตารางที่ 4.17 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้
(ต่อ)

ลักษณะพฤติกรรม	นักท่องเที่ยวชาวไทย							
	10,000-30,000 บาท		30,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. วันที่เลือกใช้บริการ								
- จันทร์-ศุกร์	0	0.0	3	5.4	4	33.3	7	4.7
- เสาร์-อาทิตย์	62	75.6	21	37.5	3	25.0	86	57.3
- หยุดนักชัตฤกษ์	15	18.3	17	30.4	3	25.0	35	23.3
- แล้วยแต่โอกาส	5	6.1	15	26.8	2	16.7	22	14.7
รวม	82	100.0	56	100.0	12	100.0	150	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

6) พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามรายได้

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยจำนวน 150 คน ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือใช้บริการแบบนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 18.9 และใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 19.3 นอกจากนั้นใช้บริการแบบนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาคือใช้บริการแบบนวดฝ่าเท้า คิดเป็นร้อยละ 35.3 และใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาทางด้านระยะเวลาในการใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.5 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.2 นอกจากนั้นใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 9 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ใช้บริการนวดแผนไทย

เป็นเวลานาน 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9 และใช้บริการนวดแผนไทยเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 47.1 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาในการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 14.00-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.6 ส่วนในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. มีผู้มาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.1 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท มาใช้บริการในช่วงเวลา 14.01-16.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.8 ส่วนในช่วงเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 16.01-18.00 น.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 12.00-14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.5 และมาใช้บริการในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

ทางด้านวันที่ใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้บริการแล้วแต่โอกาสจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือใช้บริการนวดในวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 43.2 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้บริการแล้วแต่โอกาส คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 43.8 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการแล้วแต่โอกาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 29.4 ที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 17.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 พฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามรายได้

ลักษณะพฤติกรรม	รายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติ (บาท/เดือน)							
	10,000-30,000 บาท		30,001-50,000 บาท		50,000 บาท ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบการให้บริการ								
- นวดทั้งตัว	15	40.5	42	43.8	7	41.2	64	42.7
- นวดเฉพาะจุด	5	13.5	29	19.3	2	11.8	36	24.0
- นวดฝ่าเท้า	7	18.9	15	10.0	6	35.3	28	18.7
- อบไอน้ำสมุนไพร	4	10.8	0	0.0	0	0.0	4	2.7
- นวดประคบสมุนไพร	2	5.4	4	2.7	1	5.9	7	4.7
- อื่นๆ (นวดน้ำมัน)	4	10.8	6	4.0	1	5.9	11	7.3
รวม	37	100.0	96	64.0	17	100.0	150	100.0
2. ระยะเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 1 ชั่วโมง	15	40.5	43	44.8	9	52.9	67	44.7
- 2-3 ชั่วโมง	22	59.5	53	55.2	8	47.1	83	55.3
รวม	37	100.0	96	100.0	17	100.0	150	100.0
3. ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการ								
- 10.00-12.00 น.	2	5.4	2	2.1	1	5.9	5	3.3
- 12.01-14.00 น.	8	21.6	9	9.4	4	23.5	21	14.0
- 14.01-16.00 น.	13	35.1	54	56.3	2	11.8	69	46.0
- 16.01-18.00 น.	8	21.6	18	18.8	5	29.4	31	20.7
- 18.01-20.00 น.	6	16.2	9	9.4	3	17.6	18	12.0
- 20.01-22.00 น.	0	0.0	4	4.2	2	11.8	6	4.0
รวม	37	100.0	96	100.0	17	100.0	150	100.0
4. วันที่เลือกใช้บริการ								
- จันทร์-ศุกร์	2	5.4	4	4.2	5	29.4	11	7.3
- เสาร์-อาทิตย์	0	0.0	4	4.2	3	17.6	7	4.7
- หยุดนักชัตฤกษ์	16	43.2	42	43.8	2	11.8	60	40.0
- แล้วยแต่โอกาส	19	51.4	46	47.9	7	41.2	72	48.0
รวม	37	100.0	96	100.0	17	100.0	150	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้จะทำการศึกษปัจจัยต่างๆ ดังนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้าน บุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยจะให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยหรือไม่ และทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ โดยใช้การทดสอบแบบ Chi-Square Test ผลการศึกษาแบ่งเป็นปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ ใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ปัจจัยดังนี้คือ การมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมัน หรือ สมุนไพรต่างๆ ที่มีสรรพคุณที่ดี ต่อร่างกาย ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด และผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100% ซึ่งสามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

1) การมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมันหรือสมุนไพรต่างๆ

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมันหรือ สมุนไพรต่างๆ ที่มีสรรพคุณบรรเทาอาการปวดเมื่อย ช่วยให้เกิดความผ่อนคลาย นั้น มีผลทำให้ นักท่องเที่ยวมาใช้บริการนวดแผนไทยมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 55.3 ส่วนที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวที่มี ความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการนวดแผนไทยไม่ได้มาจากการมีผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในการนวด คิดเป็นร้อยละ 44.7 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ในการนวดดังกล่าวมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการนวดแผนไทยมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 57.3 และที่เหลือคิดว่าปัจจัยที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้นไม่ได้มาจากการมีผลิตภัณฑ์ที่ ใช้ในการนวดคิดเป็นร้อยละ 42.7

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ นักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการมีผลิต

ภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมัน หรือ สมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยต่างๆ ตลอดจนทำให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลายนั้น พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : การมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมัน หรือ สมุนไพรต่างๆ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	83	55.3	67	44.7	150	100
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	86	57.3	64	42.7	150	100
รวม	169	112.6	131	87.4	300	100
Chi square test = 0.122			Significance = 0.727			

ที่มา : จากการศึกษา

2) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดมีคุณภาพที่ดี

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดมีคุณภาพที่ดี ตลอดจนมีการรับรองคุณภาพมาตรฐานอย่างถูกต้องโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น มีฉลาก อ.ย.กำกับ มีการระบุวันหมดอายุอย่างชัดเจน และมีเอกสารกำกับที่ระบุเกี่ยวกับสรรพคุณ ตลอดจนวิธีใช้อย่างถูกต้องนั้น มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 88.7 และมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยคิดเป็น ร้อยละ 11.3 ที่เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เห็นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้เป็นอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 84.7 และมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 15.3 ที่เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดมีคุณภาพที่ดี พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	133	88.7	17	11.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	127	88.4	23	15.3	150	100.0
รวม	238	173.3	55	26.7	300	100.0
chi square test =	1.038		Significance = 0.308			

ที่มา : จากการศึกษา

3) มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด เช่น การนวดแบบล้านนา การนวดแบบไทยสลับปะยะ เป็นต้น มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้คิดเป็นร้อยละ 21.3 ส่วนที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 78.7 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย เนื่องมาจากการนวดแผนไทยมีความเป็นเอกลักษณ์และนักท่องเที่ยวแต่ละรายมีความชื่นชอบในการนวดแบบต่างๆ แตกต่างกันไป

ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 54 มีความสนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยโดยเฉพาะการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรไทยมาใช้ในการนวดแผนไทยเป็นอย่างมาก จึงเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ ที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยว ร้อยละ 46 ที่มีความเห็นว่าไม่จำเป็นต้องมีการนำภูมิปัญญาไทยมาใช้ในการนวด

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มพบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.21) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิต

ทัศนคติในด้านมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวดมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวยุโรปส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

ตารางที่ 4.21 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวดแผนไทย

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	32	21.3	118	78.7	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	81	54.0	69	46.0	150	100.0
รวม	113	75.3	187	124.7	300	100.0
chi square test =	34.087		Significance = 0.000			

ที่มา : จากการศึกษา

4) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100%

จากการสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดผลิตจากธรรมชาติ 100% ไม่มีสิ่งที่เป็นอันตรายต่อร่างกายเจ็บปวยไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 63.3 ส่วนที่เหลือคือนักท่องเที่ยวที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้คิดเป็นร้อยละ 36.7 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.3) ให้เหตุผลว่าผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ควรจะเป็นสมุนไพรไทยหรือมีส่วนประกอบของสมุนไพรแท้จากธรรมชาติ ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดการระคายเคืองหรือแพ้ได้

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดเป็นอย่างมาก โดยเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 60 และมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ

เมื่อทำการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนวดแผนไทยทั้ง 2 กลุ่ม เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ต้องผลิตจากธรรมชาติ 100% พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจาก
ธรรมชาติ 100%

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	95	63.3	55	36.7	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	90	60.0	60	40.0	150	100.0
รวม	185	123.3	115	76.7	300	100.0
chi square test =	0.353		Significance = 0.553			

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.2 ปัจจัยด้านการบริการ

การศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ปัจจัยดังนี้คือการให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ การบริการมีคุณภาพได้มาตรฐานปลอดภัยและมีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ความหลากหลายของบริการ และการให้บริการเสริม เช่น บริการเสริมสวยหลังการนวด ซึ่งแสดงผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1) การให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้มาจากการมีบริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 70 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนดังกล่าวเห็นว่า ร้านนวดแผนไทยที่ใช้บริการที่มีการให้บริการทั้งในและนอกสถานที่นั้นจะทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการ ถือเป็น การเพิ่มช่องทางการตลาดและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางรายไม่เคยเดินทางมาใช้บริการที่ร้านนี้มาก่อน หรือบางรายไม่สะดวกในมาใช้บริการที่ร้าน จึงมีความเห็นว่าหากร้านใดมีการบริการนวดนอกสถานที่จะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยอย่างมาก นอกจากนั้นมีนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 30 มีความเห็นต่างออกไปว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้แต่อย่างใด เนื่องจากชื่นชอบในการมาใช้บริการนวดแผนไทยในร้านมากกว่า เพราะชื่นชอบบรรยากาศและเห็นว่าสะดวกในการ

เดินทางมาใช้บริการที่ร้าน ดังนั้นการที่จะมีหรือไม่มีบริการนวดนอกสถานที่ให้จึงไม่มีผลต่อการใช้บริการในครั้งนี้

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่แล้วมีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 78 เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมากับกลุ่มทัวร์จึงจำเป็นต้องเดินทางมาใช้บริการที่ร้านโดยการแนะนำของไกด์ และนักท่องเที่ยวบางรายที่เดินทางมาเยี่ยมชมความสวยงามของจังหวัดเชียงใหม่ ชื่นชอบที่จะเดินทางมาเยี่ยมชมสถานที่ด้วยตนเองจนกว่าจะพึงพอใจและเลือกใช้บริการนวดที่ร้านนั้นๆ มากกว่าจะเรียกพนักงานไปนวดให้ตามที่พักแรมหรือสถานที่ต่างๆ อย่างไรก็ตามยังคงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางรายที่เห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการนวดในครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 22 โดยให้เหตุผลว่าสนใจที่จะใช้บริการนวดนอกสถานที่มากกว่าเดินทางมาใช้บริการเอง เพราะบางรายไม่รู้จักร้านแต่จะดูรายละเอียดการให้บริการนวดนอกสถานที่และจะเรียกพนักงานมาให้บริการเพราะเห็นว่าสะดวกไม่ทำให้ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาด้วยตนเอง

เมื่อทำการทดสอบเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ตารางที่ 4.23) โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

ตารางที่ 4.23 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบริการ : การให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	105	70	45	30	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	33	22.0	117	78.0	150	100.0
รวม	138	92.0	162	108.0	300	100.0
chi square test =	59.565		Significance = 0.000			

ที่มา : จากการสำรวจ

2) การบริการมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการบริการในด้านการบริการมีคุณภาพและได้มาตรฐานนั้นมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการเป็นอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 94 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการนวดแผนไทยกับสถานประกอบการที่ได้ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นร้านที่เชื่อถือได้ไม่มีบริการอื่นแอบแฝง การบริการย่อมได้มาตรฐาน จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการมาใช้บริการว่าจะไม่เป็นอันตรายต่อตนเองและคนในครอบครัว อย่างไรก็ตามก็ยังมีนักท่องเที่ยวส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 6 ที่เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการแต่อย่างใด เนื่องจากมีความเชื่อมั่นว่าเลือกร้านที่ดีและบริการดีมีคุณภาพเป็นที่รู้จักคุ้นเคย

ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ มีความเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการเป็นอย่างมากเช่นเดียวกันเนื่องจากชาวต่างชาติคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยและความสะอาดเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้คิดเป็นร้อยละ 95.3 แต่ก็มีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยคิดเป็นร้อยละ 4.7 ที่เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยแต่อย่างใด

เมื่อทดสอบความความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการในด้านการบริการมีคุณภาพและมาตรฐาน พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการ : การบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ปลอดภัยและน่าเชื่อถือ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	141	94	9	6	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	143	95.3	7	4.7	150	100.0
รวม	238	189.3	16	10.7	300	100.0
chi square test =	0.264		Significance = 0.607			

ที่มา : จากการสำรวจ

3) มีความหลากหลายของบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยด้านการมีบริการที่หลากหลายจะมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 65.3 โดยมีความเห็นว่า หากร้านใดมีการบริการที่หลากหลายและแปลกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการที่ร้านได้อย่างมาก เพราะมีบริการที่ไม่ซ้ำแบบใคร ลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย แต่ก็มีนักท่องเที่ยวที่เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 34.7 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 52 เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการนวดแผนไทยประเภทต่างๆมากนัก ส่วนใหญ่จะได้รับการแนะนำจากไกด์หรือเจ้าหน้าที่แนะนำ และจะเลือกใช้บริการนวดในรูปแบบที่คนส่วนใหญ่แนะนำมากกว่าจะเลือกรูปแบบบริการเอง แต่ก็มีนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 48 ที่มีความเห็นว่าการมีบริการที่หลากหลายจะช่วยทำให้เกิดความสนใจที่จะใช้บริการในร้านนั้นๆ เนื่องจากต้องการทดลองนวดถึงแม้จะไม่รู้จักรูปแบบการนวดแต่ละแบบ แต่สามารถขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ได้เพื่อที่จะได้รับความพอใจสูงสุดในการใช้บริการในครั้งต่อไปด้วย

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการในด้านมีความหลากหลายของบริการพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.25)

ตาราง 4.25 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยด้านการบริการ : มีความหลากหลายของบริการ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	98	65.3	52	34.7	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	72	48.0	78	52.0	150	100.0
รวม	170	113.3	130	86.7	300	100.0
chi square test =	9.176		Significance = 0.002			

ที่มา : จากการสำรวจ

4) การให้บริการเสริม เช่น บริการเสริมสวยหลังการนวด

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการมีบริการเสริมให้หลังการรับบริการนวดแผนไทยในแต่ละครั้ง เช่น การนวดหน้า ทำผม ทำเล็บ เป็นต้น จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการนวดแผนไทยมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 28 อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยแต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 72 เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรูปแบบของการบริการมากกว่าการบริการเสริม ดังนั้นไม่ว่าจะมีหรือไม่มีบริการเสริมให้ก็ไม่มีความต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แต่อย่างใด

ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 55.3 เนื่องจากมีความเห็นว่าหากร้านใดมีบริการเสริมให้ถือว่าร้านนั้นมีการบริการที่ดี และคุ้มค่าต่อการใช้บริการยอมทำให้อายุแก่เลือกใช้บริการร้านที่มีบริการเสริมให้มากกว่าร้านทั่วไป หากต้องจ่ายค่าบริการในราคาที่เท่ากัน และก็มีนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 44.7 ที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยแต่อย่างใด เพราะเห็นว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการเสริม

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการในด้านของการมีบริการเสริมต่างๆ พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.26)

ตาราง 4.26 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการบริการ : การให้บริการเสริม

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	42	28	108	72	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	83	55.3	67	44.7	150	100.0
รวม	125	83.3	175	116.7	300	100.0
chi square test =	23.045		Significance = 0.000			

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.3 ปัจจัยด้านบุคลากร

การศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร (หมอนวด) ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ปัจจัยดังนี้คือ พนักงานมีประสบการณ์ ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการบริการ และได้รับประกาศนียบัตรรับรองการฝึกอบรมจากสถาบันที่ได้รับการรับรองของกระทรวงสาธารณสุข พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและสุภาพ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการลูกค้า และพนักงานมีทักษะในการสื่อสาร ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังนี้

1) พนักงานมีประสบการณ์ ความชำนาญ มีฝีมือ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในด้านการมีพนักงานที่มีประสบการณ์ ความชำนาญ มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยคิดเป็นร้อยละ 68.0 เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกหมอนวดที่มีความชำนาญในการนวดเป็นอย่างดีและจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมเกี่ยวกับการนวดอย่างถูกวิธี ส่วนที่เหลือคิดว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 32.0

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคิดเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้อย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 74.0 ที่เหลือมีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบุคลากรในด้านของการมีพนักงานที่มีประสบการณ์พบว่าไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.27 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : การมีพนักงานที่มีประสบการณ์

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	102	68.0	48	32.0	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	111	74.0	39	26.0	150	100.0
รวม	213	142.0	87	58.0	300	100.0
Chi Square test = 1.31			Significance = 0.252			

ที่มา : จากการสำรวจ

2) พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีนั้นมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากมีความเห็นว่าการที่พนักงานมีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและต้อนรับอย่างอบอุ่นจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีก แต่นักท่องเที่ยวบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ เนื่องจากการต้อนรับของพนักงานเป็นเพียงองค์ประกอบไม่มีผลต่อการใช้บริการ

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 62 เนื่องจากมีความชื่นชอบการต้อนรับแบบไทยๆ ดังนั้นจึงมองว่าพนักงานจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จะเป็นสิ่งช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการครั้งต่อไป แต่ก็มีนักท่องเที่ยวบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 38 ที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทย

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีนั้นพบว่าไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	100	66.7	50	33.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	93	62.0	57	38.0	150	100.0
รวม	193	128.7	107	71.3	300	100.0
chi square test =	0.712		Significance =		0.399	

ที่มา : จากการสำรวจ

3) พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในด้านพนักงานให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้านั้น มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.7 ส่วนที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่ากรให้บริการของพนักงานขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าซึ่งสามารถบอกกล่าวได้ ไม่จำเป็นต้องถูกใจลูกค้าเสมอไป สามารถปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมได้

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 78.7 มีความเห็นว่ากรสนองตอบความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมองถึงการบริการของพนักงานเป็นหลัก ดังนั้นปัจจัยนี้จึงมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการในครั้งนี้ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางรายคิดเป็นร้อยละ 21.3 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจแต่อย่างใด

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านของพนักงานมีการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าพบว่า มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	43	28.7	107	71.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	118	78.7	32	21.3	150	100.0
รวม	161	107.3	139	92.7	300	100.0
chi square test =	75.406		Significance =		0.000	

ที่มา : จากการสำรวจ

4) พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร

นักท่องเที่ยวยชาวไทย ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรในด้านการมีทักษะในการสื่อสารนั้น ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวยในการใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 68 ส่วนที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวยที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวยในการใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 32 เนื่องจากเชื่อว่าการติดต่อสื่อสารกับพนักงานมีส่วนทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อการใช้บริการแต่ละครั้ง

ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติมีความเห็นที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวยชาวไทยดังนี้คือ นักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติค่อนข้างให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวย คิดเป็นร้อยละ 85.3 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวยในการใช้บริการนวดแผนไทย เนื่องจากต้องการพนักงานที่พูดภาษาอังกฤษได้ จะได้สะดวกในการติดต่อสื่อสาร เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวยที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวยกลุ่มนี้ในการใช้บริการนวดแผนไทยแต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 14.7 เนื่องจากนักท่องเที่ยวยกลุ่มนี้สามารถติดต่อสื่อสารเป็นภาษาไทยได้ และเคยมาใช้บริการมาก่อน โดยสามารถติดต่อสื่อสารกับพนักงานได้เป็นอย่างดี

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านของพนักงานมีทักษะในการสื่อสารพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวยชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยต่อปัจจัยด้านบุคลากร : พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวยชาวไทย	48	32.0	102	68.0	150	100.0
นักท่องเที่ยวยต่างชาติ	128	85.3	22	14.7	150	100.0
รวม	176	117.3	124	82.7	300	100.0
chi square test =	87.977		Significance =		0.000	

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.4 ปัจจัยด้านราคา

การศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 2 ปัจจัยดังนี้ คือ อัตราค่าบริการที่เหมาะสมต่อคุณภาพบริการและมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังนี้

1) มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมต่อคุณภาพของบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในเรื่องของการมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมนั้นมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการเป็นอย่างมากคิดเป็นร้อยละ 88.7 เนื่องจากมีความเห็นว่านอกจากการบริการที่ดีมีคุณภาพแล้ว ราคาต้องเหมาะสมต่อการให้บริการด้วย หากราคาแพงเกินไปนักท่องเที่ยวก็จะตัดสินใจไม่ใช้บริการร้านที่มีราคาแพง แต่จะหันมาใช้บริการร้านที่มีราคาสมเหตุสมผลกว่า และมีนักท่องเที่ยวบางรายคิดเป็นร้อยละ 11.3 ที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวทั้งนี้เนื่องจาก ได้ทำการสอบถามราคาจากร้านต่างๆแล้ว พบว่าแต่ละร้านราคาไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นปัจจัยนี้จึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจ แต่จะมองถึงคุณภาพการให้บริการ บรรยากาศโดยรวมมากกว่าซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เน้นความเจ็บสบายเป็นหลัก

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีความเห็นเช่นเดียวกับชาวไทยว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการเป็นอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 74.7 ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสอบถามราคาก่อนที่จะเลือกใช้บริการ หากมีการเก็บราคานักท่องเที่ยวต่างชาติในราคาสูงเกินไป ก็จะไม่ใช้บริการในร้านนั้น แต่จะเลือกใช้บริการในร้านที่มีราคาถูกกว่า เพราะจังหวัดเชียงใหม่มีสถานประกอบการนวดแผนไทยมากมายให้เลือก และยังคงมีนักท่องเที่ยวบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการมาทดลองใช้บริการนวดแผนไทย ดังนั้นจึงไม่คำนึงถึงอัตราค่าบริการ

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านราคา : มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมต่อ
คุณภาพของบริการ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	139	92.7	11	7.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	129	86.0	21	14.0	150	100.0
รวม	268	178.7	32	21.3	300	100.0
chi square test =	2.758		Significance =		0.097	

ที่มา : จากการสำรวจ

2) มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านราคาในด้านมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจนนั้นมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38 เนื่องจากมีความเห็นว่าก่อนที่จะมีการใช้บริการแต่ละครั้งจะต้องทราบอัตราค่าบริการที่ชัดเจนก่อน จึงจะตัดสินใจเลือกร้านที่จะใช้บริการ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 62 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการแต่อย่างใด เนื่องจากเห็นว่าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ มีนักท่องเที่ยวที่เห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 54.7 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความเห็นว่าการที่ร้านมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจนไว้ ไม่ว่าจะเป็นการคิดป้ายโฆษณา ระบุในแผ่นพับ ระบุไว้ในเว็บไซต์การท่องเที่ยว จะทำให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะใช้บริการร้านใดๆ โดยไม่ต้องเสียเวลาในการสอบถามข้อมูล ซึ่งถือว่ามีผลต่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 45.3 มีความเห็นที่ต่างออกไปว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเห็นว่าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาในด้านการมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านราคา : มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	57	38.0	93	62.0	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	82	54.7	68	45.3	150	100.0
รวม	126	84.0	174	116.0	300	100.0
chi square test =	8.378		Significance =		0.004	

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.5 ปัจจัยด้านสถานที่

ในการศึกษาถึงปัจจัยด้านสถานที่ว่ามีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่หรือไม่นั้น ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ปัจจัย ดังนี้คือ การมีสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและเพียงพอ มีห้องนวดที่สะอาดมิดชิดและเป็นสัดส่วน มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ สถานที่ที่มีความสงบเงียบและมีการตกแต่งสถานที่โดยรอบอย่างสวยงาม ซึ่งผลการศึกษาถึงปัจจัยนี้ปรากฏผลได้ดังต่อไปนี้

1) มีสถานที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัยและเพียงพอ

นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในด้านการมีที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัยและเพียงพอไว้คอยต้อนรับนักท่องเที่ยวนั้นมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 57.3 โดยให้เหตุผลว่าทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการเนื่องจากไม่ต้องกังวลในเรื่องการหาที่จอดสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองโดยพาหนะส่วนตัว แต่ก็มีนักท่องเที่ยวไทยคิดเป็นร้อยละ 47.3 ที่มีความเห็นต่างออกไปว่า ปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยทั้งนี้เนื่องจากเห็นว่าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกลุ่มคณะหรือนักท่องเที่ยวที่ขึ้นรถโดยสารมาเป็นต้น

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 76.7 โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการด้วยตนเองด้วยการเดินทางมาติดต่อร้านเอง เพราะไม่ต้องหาที่จอดรถ มีเพียง

ส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.3 ที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และนิยมเลือกใช้บริการรถเช่าเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ โดยทางร้านจำเป็นต้องมีที่จอดรถที่สะดวกและเพียงพอไว้คอยบริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ากลุ่มนี้

ดังนั้นเมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการมีที่จอดรถที่เพียงพอ สะดวกและปลอดภัยไว้คอยรองรับลูกค้าที่พบว่ามีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการ (ตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีที่จอดรถสะดวกปลอดภัยและเพียงพอ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	86	57.3	64	42.7	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	35	23.3	115	76.7	150	100.0
รวม	121	80.7	179	119.3	300	100.0
chi square test =	36.027		Significance =		0.000	

ที่มา : จากการสำรวจ

2) มีห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิดและสะอาด

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 85.3 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในด้านการมีห้องนวดที่เป็นสัดส่วนมิดชิดและสะอาดนั้นมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากการที่ห้องนวดเป็นสัดส่วน มิดชิดจะทำให้เกิดความสะอาดและความสงบในการใช้บริการอย่างเต็มที่ และสร้างความเป็นส่วนตัวในการมาใช้บริการช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจในการมาใช้บริการ และยังคงมีนักท่องเที่ยวบางส่วนคิดเป็นร้อยละ 14.7 ที่มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยมากนัก

ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 76.7 มีความเห็นเช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการ ที่เหลือคิดเป็นร้อยละ 25.3 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการ

เมื่อทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มต่อปัจจัยด้านสถานที่ ในด้านการมีห้องนวดที่เป็นสัดส่วน มิดชิดและสะอาด พบว่าไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตาราง 4.34)

ตารางที่ 4.34 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : การมีห้องนวดที่เป็นสัดส่วน มิดชิดและสะอาด

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	128	85.3	22	14.7	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	115	76.7	35	23.3	150	100.0
รวม	243	162.0	57	38.0	300	100.0
chi square test =	3.660		Significance =		0.056	

ที่มา : จากการสำรวจ

3) มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 คน มีความเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในด้านมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการมีผลต่อนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 64.7 เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้จักสถานที่มาก่อน หากเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก เช่น อยู่บริเวณติดกับถนนใหญ่ ใกล้กับแหล่งชุมชน จะทำให้ตัดสินใจใช้บริการได้ง่าย ส่วนนักท่องเที่ยวที่เหลือ คิดเป็นร้อยละ 35.3 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ใช่ปัจจัยหลักในการพิจารณาใช้บริการแต่อย่างใด

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 60.7 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกในการเดินทางมา หากร้านใดอยู่ในซอยหรือห่างไกลแหล่งชุมชนก็จะไม่เลือกร้านนั้นเพราะต้องใช้เวลาในการเดินทางจะทำให้เสียเวลามาก และมีนักท่องเที่ยวบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีความ

เห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเนื่องจากมีผู้นำเที่ยวเป็นผู้แนะนำการเดินทาง และอำนวยความสะดวกในการเดินทางอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยนี้

เมื่อทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการพบว่าไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตาราง 4.35)

ตารางที่ 4.35 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการนวดแผนไทย

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	97	64.7	53	35.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	91	60.7	59	39.3	150	100.0
รวม	188	125.3	112	74.7	300	100.0
chi square test =	0.513		Significance =		0.474	

ที่มา : จากการสำรวจ

4) มีความสงบเงียบเป็นธรรมชาติและมีการตกแต่งบริเวณโดยรอบอย่างสวยงาม

นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 23.7 เท่านั้นที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในด้านมีความสงบเงียบและเป็นธรรมชาติ มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการความสงบและเป็นส่วนตัวหากเลือกใช้บริการแต่ละครั้ง แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 71.3 มีความเห็นที่แตกต่างออกไปว่า สถานที่นั้นไม่จำเป็นต้องมีความสงบและเป็นธรรมชาติเนื่องจากเป็นร้านนวดแผนไทย ย่อมต้องมีนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก อาจไม่มีความสงบสักเท่าไรและหากร้านตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนของจังหวัดเชียงใหม่อาจจะไม่ใกล้กับแหล่งธรรมชาติ จึงเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการมากกว่า

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ปัจจัยนี้มีผลต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเป็นคิดเป็นร้อยละ 57.3 ซึ่งมีความเห็นต่างกันออกไปจากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการความสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวน และไม่มีผู้คนพลุกพล่าน เพราะต้องการมาพักผ่อน ส่วนในเรื่องของความเป็นธรรมชาตินั้นไม่จำเป็นสักเท่าใดแต่

หากตกแต่งสถานที่สวยงามทำให้เกิดความผ่อนคลายจะมีผลต่อการใช้บริการสถานที่นั้นๆอย่างมาก และนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วนคิดเป็นร้อยละ 42.7 มีความเห็นว่าปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการใช้บริการ

เมื่อทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มต่อปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านการมีความสงบเงียบและเป็นธรรมชาติพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตาราง 4.36)

ตาราง 4.36 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านสถานที่ : มีความสงบเงียบและเป็นธรรมชาติ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	52	34.7	98	65.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	95	63.3	55	36.7	150	100.0
รวม	147	130.0	153	70.0	300	100.0
chi square test =	24.663		Significance =		0.000	

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.6 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 2 ปัจจัยดังนี้คือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ ป้ายโฆษณา เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา หรือแจกคูโปงในเทศกาลต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป โดยสามารถแสดงผลได้ดังนี้

1) มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยนั้นมาจากการมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.3

ส่วนที่เหลือที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการไม่ได้มาจากการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 58.7

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยนั้นมาจากการมีโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 74 ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 26 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยนั้นไม่ได้มาจากการมีโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.37)

ตารางที่ 4.37 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด : มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	62	41.3	88	58.7	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	111	74.0	39	26.0	150	100.0
รวม	173	115.3	127	84.7	300	100.0
chi square test =	32.784		Significance =		0.000	

ที่มา : จากการสำรวจ

2) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา, การแจกคูปองส่วนลดต่างๆ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ นั้นมาจากการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคาและการแจกคูปองส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 88.7 ส่วนที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ

นวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ นั้นไม่ได้มาจากมีการส่งเสริมการขายต่าง คิดเป็นร้อยละ 11.3

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นชาวต่างชาตินั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 84.7 มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่มาจากมีการส่งเสริมการขายต่างๆ ได้แก่ การลดราคาและการแจกคูปองส่วนลด ส่วนที่เหลือ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยไม่ได้มาจากมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาหรือการแจกคูปองส่วนลดต่างๆ แต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 15.3

เมื่อทำการทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในด้านมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคาและการแจกคูปองส่วนลดต่างๆ พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 4.38)

ตารางที่ 4.38 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด : มีการส่งเสริมการขาย ได้แก่ การลดราคา, การแจกคูปองส่วนลดต่างๆ

ความคิดเห็น	มีผล		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวชาวไทย	133	88.7	17	11.3	150	100.0
นักท่องเที่ยวต่างชาติ	127	84.7	23	15.3	150	100.0
รวม	260	173.3	40	26.7	300	100.0
chi square test =	1.038		Significance =		0.308	

ที่มา : จากการสำรวจ

จากผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยแตกต่างกัน คือ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ มีการให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้คือปัจจัยด้านบริการในด้านมีความหลากหลายของบริการ ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผลต่อการใช้บริการในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยด้านบริการในด้านมีการบริการเสริมต่างๆ เช่น การเสริมสวย หลังจากการใช้บริการนวดแผนไทยซึ่งจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการลูกค้า โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย นอกจากนี้คือปัจจัยด้านบุคลากรในด้าน พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่าผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

4. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

5. ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวกและปลอดภัยโดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการ และปัจจัยด้านสถานที่ในด้าน

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย (ตารางที่ 4.39)

ตารางที่ 4.39 สรุปผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
- มีผลิตภัณฑ์มาใช้ในการนวด		/
- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ		/
- มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด	/	
- ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100%		/
2. ปัจจัยด้านบริการ		
- การให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่	/	
- การบริการมีคุณภาพและได้มาตรฐาน		/
- ปลอดภัยและน่าเชื่อถือในการบริการ		
- มีความหลากหลายของบริการ	/	
- การให้บริการเสริม	/	
3. ปัจจัยด้านบุคลากร		
- พนักงานมีประสบการณ์ ความชำนาญ และมีประกาศนียบัตรรับรองการฝึกอบรม		/
- พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี		/
- พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ	/	
- พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร	/	
4. ปัจจัยด้านราคา		
- การมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม		/
- มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน	/	
4. ปัจจัยด้านสถานที่		
- มีสถานที่จอดรถที่สะดวก ปลอดภัยและเพียงพอ	/	
- มีห้องนวดเป็นสัดส่วน มีคิซิดและสะอาด		/
- มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ		/
- มีความสงบเงียบและเป็นธรรมชาติ	/	
- และตกแต่งสถานที่และบริเวณอย่างสวยงาม		
5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
- มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	/	
- มีการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น ลดราคา		/

4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทย

ในการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังนี้

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้จำนวน 150 คน มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพของหมอนวดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.65) รองลงมาคือมีความพึงพอใจในการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.60) และความพึงพอใจในด้านความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.58) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.40)

ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ จำนวน 150 คน พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือ การให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.67) การให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.66) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.40) ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความพึงพอใจในแต่ละด้านแล้วสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านกลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.45) และในด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.41) ส่วนด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.65) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.40) เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดมีให้เลือกน้อยเกินไปและยังไม่มีความแปลกใหม่ แต่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวดมีคุณภาพดีและได้มาตรฐานตลอดจนมีกลิ่นหอมอ่อนๆของสมุนไพรทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.17)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.54) ส่วนในด้านกลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.05) และในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.61) ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทย

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.07) (ตารางที่ 4.40)

4.4.2 ความพึงพอใจด้านการบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.60) รองลงมาคือระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.55) และความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.41) รวมทั้งความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.37) ส่วนในด้านของการบริการรับส่งลูกค้านอกสถานที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.27) และการจัดลำดับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.15) ตามลำดับ ส่วนในด้านการให้บริการเสริมต่างๆ เช่น การให้บริการเสริมความงามต่างๆ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.55) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.40) ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจในด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.27)

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.71) รองลงมาคือมีความพึงพอใจในด้านการให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.67) และความหลากหลายของบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.48) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.19) การจัดลำดับการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.10) และการบริการรับส่งลูกค้านอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.01) ตามลำดับ ส่วนในด้านการบริการเสริมต่างๆพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.66) (ตารางที่ 4.40) ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.26)

4.4.3 ความพึงพอใจในด้านบุคลากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจระดับมากในด้านคุณภาพในการนวดของหมอนวดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.65) รองลงมาคือความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.58) และด้านการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.49) และมีความพึงพอใจปานกลางในด้านการให้

คำแนะนำด้านการนวด (ค่าเฉลี่ย 2.33) และด้านทักษะในการสื่อสารของผู้ตลอดจนความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.21) ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วพบว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.41)

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจระดับมากในด้านการให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.66) รองลงมาคือด้านความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.59) และในด้านคุณภาพในการนวดของหมอนวด (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตลอดจนทักษะในการสื่อสารของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.49) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้าน ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.08) และการให้คำแนะนำในการนวด (ค่าเฉลี่ย 2.03) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.40) ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.40)

4.4.4 ความพึงพอใจในด้านราคา

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านของการมีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.63) ซึ่งเช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีความพึงพอใจระดับมากในด้านของอัตราค่าบริการที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.59) โดยเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่างมีความพึงพอใจในด้านราคาอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.63 และ 2.59) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.40)

4.4.5 ความพึงพอใจด้านสถานที่

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจมากในด้านความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.41) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านความสะอาดของอุปกรณ์และเครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.27) ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 2.25) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 2.13) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.05) ความสะอาดของเตียงนอน (ค่าเฉลี่ย 1.79) และความสะอาดของเตียงนอน (ค่าเฉลี่ย 1.68) ตามลำดับโดยเมื่อพิจารณาภาพรวม

แล้วนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.08)

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จำนวน 150 ตัวอย่าง มีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายในมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.44) รองลงมาคือความเหมาะสมในทำเลที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 2.38) และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในด้านความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.33) ความสะอาดของห้องน้ำ ตลอดจนความสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 2.27) ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 2.19) และความสะดวกของเตียงนอน (ค่าเฉลี่ย 1.86) ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในด้านสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.25)

4.4.6 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ จำนวน 150 คน มีความพึงพอใจมากในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.51) ส่วนในการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.00) เมื่อพิจารณาภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.26)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติที่ใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 คน มีความพึงพอใจระดับมากทั้งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.43) และในการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 2.37) โดยมีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์มากกว่าการส่งเสริมการขาย ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.40) รายละเอียดตามข้อมูลในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 สรุปผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย

รายการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	ค่าเฉลี่ย	การจัดลำดับ	ระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	การจัดลำดับ	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.17	(4)	ปานกลาง	2.07	(6)	ปานกลาง
1. คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์	2.41	2	มาก	2.54	1	มาก
2. กลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์	2.45	1	มาก	2.05	2	ปานกลาง
3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	1.65	3	น้อย	1.61	3	น้อย
ด้านการบริการ	2.27	(3)	ปานกลาง	2.26	(3)	ปานกลาง
1. การจัดลำดับการให้บริการ	2.15	6	ปานกลาง	2.10	5	ปานกลาง
2. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	2.55	2	มาก	2.71	1	มาก
3. การให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ	2.60	1	มาก	2.67	2	มาก
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ	2.41	3	มาก	2.19	4	ปานกลาง
5. การบริการรับส่งลูกค้านอกสถานที่	2.27	5	ปานกลาง	2.01	6	ปานกลาง
6. ความหลากหลายของบริการ	2.37	4	มาก	2.48	3	มาก
7. การบริการเสริม เช่น เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	1.55	7	น้อย	1.66	7	น้อย
ด้านบุคลากร	2.41	(2)	มาก	2.40	(4)	มาก
1. ความชำนาญในการให้บริการ	2.58	2	มาก	2.59	2	มาก
2. คุณภาพในการนวดของหมอนวด	2.65	1	มาก	2.57	3	มาก
3. การให้บริการตรงตามความต้องการลูกค้า	2.49	3	มาก	2.66	1	มาก
4. ทักษะในการสื่อสารของผู้ให้บริการ	2.21	5	ปานกลาง	2.49	4	มาก
5. การให้คำแนะนำด้านการนวด	2.33	4	ปานกลาง	2.03	6	ปานกลาง
6. ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว	2.21	5	ปานกลาง	2.08	5	ปานกลาง
ด้านราคา	2.63	(1)	มาก	2.59	(1)	มาก
1. อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	2.63	2.63	มาก	2.59	2.59	มาก

ตารางที่ 4.40 สรุปผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย (ต่อ)

รายการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวต่างชาติ		
	ค่าเฉลี่ย	การจัดลำดับ	ระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	การจัดลำดับ	ระดับความสำคัญ
ด้านสถานที่	2.08	(6)	ปานกลาง	2.25	(5)	ปานกลาง
1. ความเหมาะสมในทำเลที่ตั้ง	2.25	3	ปานกลาง	2.38	2	มาก
2. สภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายใน	1.68	7	ปานกลาง	2.44	1	มาก
3. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	2.05	5	ปานกลาง	2.19	5	ปานกลาง
4. ความสะอาดของเตียงนอน	1.79	6	ปานกลาง	1.86	6	ปานกลาง
5. ความสะอาดของอุปกรณ์และเครื่องใช้	2.27	2	ปานกลาง	2.33	3	ปานกลาง
6. ความสะอาดของห้องน้ำ	2.13	4	ปานกลาง	2.27	4	ปานกลาง
7. ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ	2.41	1	มาก	2.27	4	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.26	(5)	ปานกลาง	2.40	(2)	มาก
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	2.51	1	มาก	2.43	1	มาก
2. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา	2.00	2	ปานกลาง	2.37	2	มาก

ที่มา : จากการศึกษา

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ตลอดจนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 150 คน รวมทั้งสิ้น 300 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามจำนวน 300 ชุด เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลประกอบการศึกษาตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเกิดความก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้ สามารถสรุปได้เป็น 2 ประเด็นดังนี้คือ

5.1 สรุปผลการศึกษา

สำหรับการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการ ความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

ด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งจะมีอายุระหว่าง 31-50 ปีมากที่สุด มีสถานภาพสมรสแล้ว และจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจซึ่งมีรายได้ประจำที่แน่นอน โดยมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2-3 ครั้งแล้ว และมักจะพักเป็นเวลา 1-3 วัน โดยเดินทางมากับครอบครัวเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในครั้งนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิงที่ชื่นชอบการนวดแผนไทยมากกว่าเพศชายเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอายุระหว่าง 31-50 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพที่ไม่แน่นอน โดยมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่มาก่อน และจะเลือกเดิน

ทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนเป็นหมู่คณะโดยการเดินทางมาในรูปแบบกลุ่มทัวร์มากกว่า ซึ่งจะใช้เวลาในการพักเป็นเวลา 4-6 วัน

ด้านข้อมูลทั่วไปในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเป็นจำนวน 200-300 บาทต่อชั่วโมงมากที่สุด รองลงมาคือเสียค่าบริการมากกว่า 300 บาทต่อชั่วโมง และเสียค่าบริการ 100 บาทต่อชั่วโมง ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาทางด้านเหตุผลในการใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดแผนไทยเนื่องจากต้องการผ่อนคลายความเครียดมาก รองลงมาคือต้องการดูแลเกี่ยวกับ และมีความสนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย ตามลำดับ ส่วนทางด้านบุคคลที่มีส่วนในการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีไกด์นำเที่ยวคอยให้คำแนะนำในการใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อน และเป็นนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจมาใช้บริการด้วยตนเอง ตามลำดับ ทางด้านแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยแหล่งข้อมูลการนวดแผนไทยจากการค้นหาข้อมูลจากสื่อสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ อาศัยแหล่งข้อมูลจากบุคคลในครอบครัว และอาศัยข้อมูลจากเพื่อน ตามลำดับ เมื่อพิจารณาถึงการเลือกใช้บริการในอนาคตและการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกในอนาคตและจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการด้วย

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่สรุปภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้บริการแบบนวดทั้งตัวมากที่สุด รองลงมาคือใช้บริการนวดแผนไทยแบบนวดฝ่าเท้า และใช้บริการแบบนวดเฉพาะจุด ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการนวดเป็นเวลานาน 1 ชั่วโมง นอกจากนั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการนวดเป็นเวลา 2-3 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดแผนไทยในช่วงเวลา 14.00-16.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือช่วงเวลาระหว่าง 16.01-18.00 น. และมาใช้บริการในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. ตามลำดับ ในด้านวันที่มาใช้บริการนวดแผนไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันหยุด นักชดถุข้มมากที่สุด รองลงมาคือ มาใช้บริการโดยไม่มีเวลาที่แน่นอน และมาใช้บริการในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มต่อปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยแตกต่างกัน คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ปัจจัยด้านบริการ ได้แก่ มีการให้บริการนวดทั้งในและนอกสถานที่ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้คือปัจจัยด้านบริการในด้านมีความหลากหลายของบริการ ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยด้านบริการในด้านมีการบริการเสริมต่างๆ เช่น การเสริมสวย หลังจากการให้บริการนวดแผนไทยซึ่งจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 3) ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการลูกค้า โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย นอกจากนี้คือปัจจัยด้านบุคลากรในด้าน พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย 4) ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย 5) ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สะดวกและปลอดภัยโดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการใช้บริการ และ 6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทย

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจระดับมากด้านราคามากที่สุด ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร ส่วนด้านการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากด้านราคาเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการบริการ ส่วนด้านบุคลากร ด้านสถานที่และด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย และการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย ตลอดจนศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการดังนี้คือ

5.2.1 ผู้ประกอบการที่ให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถนำมาข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการดังนี้คือ

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมันหรือสมุนไพรต่างๆ ซึ่งมีสรรพคุณช่วยให้เกิดความผ่อนคลาย หรือ แก้อาการปวดเมื่อยของกล้ามเนื้อ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จะต้องมีการระบุรายละเอียดส่วนผสม ตลอดจนวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน รวมทั้งต้องสามารถบอกรายละเอียดสรรพคุณต่างๆของผลิตภัณฑ์ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบูรช่วยให้เกิดความผ่อนคลาย ลดความเครียด เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านการบริการ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักคำนึงถึงคุณภาพของการบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความปลอดภัยจากการรับบริการเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องทำการจดทะเบียนประกอบวิชาชีพอย่างถูกต้อง ไม่มีบริการอื่นแอบแฝงและต้องเป็นสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับสาธารณสุขจังหวัดแล้ว จึงจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีบริการที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้

เลือกใช้บริการตามความเหมาะสม ตลอดจนควรรหาแนวทางใหม่ๆเพื่อที่จะเพิ่มช่องทางการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรมีบริการนอกสถานที่ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวและควรมีบริการรับส่งลูกค้าด้วยเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามาใช้บริการนวดแผนไทยมากขึ้น และควรรักษาคุณภาพของบริการเพราะจะทำให้เกิดความไว้วางใจของผู้มาใช้บริการ

3) ปัจจัยด้านบุคลากร คือพนักงานควรมีประสบการณ์ ความชำนาญและมีฝีมือในการนวด ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก โดยพนักงานควรผ่านการอบรมในหลักสูตรการนวดอย่างถูกต้อง ตลอดจนควรได้รับประกาศนียบัตรรับรองว่าได้ผ่านการฝึกอบรมมาแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ นอกจากนี้การต้อนรับของพนักงานก็ถือเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการควรคัดเลือกพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส บุคลิกภาพดี และรักในงานด้านการบริการ เป็นต้น

4) ปัจจัยด้านราคา คืออัตราค่าบริการจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ซึ่งผู้ประกอบการควรกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสม โดยต้องไม่กำหนดราคาสูงเกินไป

5) ปัจจัยด้านสถานที่ คือผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งสถานที่ให้เป็นสัดส่วน สวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ และจะต้องมีการแยกห้องนวดชายและหญิงให้เป็นสัดส่วน มีคิติด รวมทั้งต้องคำนึงถึงความสะดวกเป็นหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเกิดความรู้สึกผ่อนคลายในการเข้าไปรับบริการนวด นอกจากนี้ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือควรมีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ข้อมูลของสถานบริการผ่านสื่อต่างๆเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงข้อมูลการนวดแผนไทย รวมทั้งผลดีหรือประโยชน์ของการนวดแผนไทย และทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงรูปแบบการบริการนวดแผนไทยแบบต่างๆเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามความเหมาะสม นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น จัดให้มีโปรโมชั่นลดราคาประจำปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลต่างๆ หรือ ฤดูของการท่องเที่ยวของภาคเหนือ เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น หรืออาจมอบสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น มอบส่วนลดเพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้า เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการตลาดอยู่เสมอ

5.2.2 ผู้ประกอบการที่ให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถนำมาข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการดังนี้คือ

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือในด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากเช่นกันกับนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความสนใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่มีคุณสมบัติในการรักษาโรค ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จะต้องมีการระบุรายละเอียดส่วนผสม ตลอดจนวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน รวมทั้งต้องสามารถบอกรายละเอียดสรรพคุณต่างๆของผลิตภัณฑ์ให้แก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน และสิ่งสำคัญคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้จะต้องผลิตจากธรรมชาติ ปราศจากสารเคมีและไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย หรือทำให้เกิดอาการแพ้ เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านการบริการ คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มักคำนึงถึงคุณภาพของการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความปลอดภัยจากการรับบริการเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และควรรักษาคุณภาพของบริการเพราะจะทำให้เกิดความไว้วางใจของผู้มาใช้บริการเช่นกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรมีบริการที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการตามความเหมาะสม ตลอดจนควรหาแนวทางใหม่ๆเพื่อที่จะเพิ่มช่องทางการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรมีบริการนวดนอกระหว่างที่ไวคอบบริการนักท่องเที่ยวและควรมีบริการรับส่งลูกค้าด้วยเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามาใช้บริการนวดแผนไทยมากขึ้น และและนอกเหนือจากนี้ผู้ประกอบการควรจัดให้มีบริการเสริมต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย เช่น บริการเสริมความงาม เพื่อถือเป็นการให้บริการพิเศษแก่นักท่องเที่ยว

3) ปัจจัยด้านบุคลากร คือพนักงานควรมีประสบการณ์ ความชำนาญและมีฝีมือในการนวด ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญเช่นเดียวกับชาวไทย ดังนั้นพนักงานควรผ่านการอบรมในหลักสูตรการนวดอย่างถูกวิธี ตลอดจนควรได้รับประกาศนียบัตรรับรองว่าได้ผ่านการฝึกอบรมมาแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ซึ่งนอกจากพนักงานจะต้องมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส บุคลิกภาพดีแล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติพนักงานควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดี เพื่อที่จะสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าด้วย

4) ปัจจัยด้านราคา คืออัตราค่าบริการจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ซึ่งผู้ประกอบการควรกำหนดอัตราค่าบริการให้เหมาะสม โดยต้องไม่กำหนดราคาสูงเกินไป และสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ประกอบการควรมีการแจ้งอัตราค่าบริการให้นักท่องเที่ยวได้ทราบล่วงหน้าอย่างชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบอัตราค่าบริการที่แน่นอน

5) ปัจจัยด้านสถานที่ คือผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งสถานที่ให้เป็นสัดส่วน สวยงามและมีความเป็นธรรมชาติ และจะต้องมีการแยกห้องนวดชายและหญิงให้เป็นสัดส่วน มีฉลิด รวมทั้งต้องคำนึงถึงความสะอาดเป็นหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเกิดความรู้สึกผ่อนคลายในการเข้าไปรับบริการ

6) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ควรมีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการตลาดอยู่เสมอ ซึ่งอาจติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวโดยตรงหรือติดต่อกับไกด์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณา รัตนพฤกษ์. 2545. การตลาดบริการ. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนา เชื้อนแก้ว. 2547. ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชรินทร์ วรกุลกิจกำธร. 2545. แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชุมนุมแพทย์แผนไทยและสมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 6. 2547. การดูแลสุขภาพของคัมภีร์แบบไทย สัปายะ. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- ดวงทิพย์ ศิริกาญจนารักษ์. 2547. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. 2548. ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภาคลุ่มน้ำโขง.
- ยิ่งพร เจียตระกูล. 2548. แนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วราภรณ์ หมอนสะอาด. 2547. พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรีสุดา ชัยชนะ. 2548. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสัทธิ์พัฒนา.

ศุภนิษฐ์ เหมะวรรณ. 2545. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
ที่ใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 1. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ภาคเหนือปี 2543. กรุงเทพฯ : กongsติติและวิจัย,2543.

_____. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคเหนือปี 2544. กรุงเทพฯ : กongsติติและวิจัย,2544.

_____. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคเหนือปี 2545. กรุงเทพฯ : กongsติติและวิจัย,2545.

_____. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคเหนือปี 2546. กรุงเทพฯ : กongsติติและวิจัย,2546.

_____. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศภาคเหนือปี 2547. กรุงเทพฯ : กongsติติและวิจัย,2547.

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่.2548.สถานบริการนวดแผนไทยที่ขึ้นทะเบียนกับ
สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่. หน่วยงานแพทย์แผนไทย สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่.

สมาน มณีจันสุข. 2544. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการนวดแผนโบราณในเขตเทศบาล
เมืองเชียงราย.รายงานการวิจัยกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุชาวดี สุทธิคณิง. 2542. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผน
โบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุพรรณา หัสภาค. 2545. ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุดสงวน คำคุณ. 2542. ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการใช้บริการนวดไทยในคลินิกการแพทย์แผนไทย
อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรชร มณีสงฆ์. 2538. หลักการตลาด. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

เอกสารชุดนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ ในระดับปริญญาโท (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คำตอบที่ได้รับจากการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการเท่านั้น ซึ่งข้อมูลของท่านจะถูกปกปิดเป็นความลับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ข้อมูลมา ณ. ที่นี้

โสมนัสตา โสมนัส
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. 25-30 ปี () 2. 31-50 ปี
() 3. มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพสมรส

- () 1. โสด () 2. สมรส
() 3. ม้าย () 4. หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษา
 () 3. อนุปริญญา / ปวช. / ปวส. () 4. ปริญญาตรี
 () 5. ปริญญาโท () 6. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- () 1. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 () 3. พนักงานบริษัทเอกชน () 4. รับจ้างอิสระ
 () 5. นักเรียน/นักศึกษา () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. 10,001-30,000 บาท () 2. 30,001-50,000 บาท
 () 3. มากกว่า 50,000 บาท

7. ท่านเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กี่ครั้ง

- () 1. ไม่เคยมา
 () 2. เคยมา (รวมทั้งครั้งนี้)
 () ครั้งแรก () 1 ครั้ง
 () 2-3 ครั้ง () มากกว่า 3 ครั้ง

8. การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ท่านใช้ระยะเวลาพำนักกี่วัน

- () 1. 1-3 วัน () 2. 4-6 วัน
 () 3. มากกว่า 6 วัน

9. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของท่าน

- () 1. มาคนเดียว () 2. มากับครอบครัว
 () 3. มากับเพื่อน () 4. มากับบริษัทนำเที่ยว

10. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้

- () 1. ท่องเที่ยว / พักผ่อน () 2. ติดต่อธุรกิจ
 () 3. ประชุม / สัมมนา / ฝึกอบรม () 4. ทักษะศึกษา / ดูงาน
 () 5. เยี่ยมญาติ / เพื่อน () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง
หรือตรงกับระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของท่านในครั้งนี้

1. ท่านเคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนหรือไม่

- () 1. ไม่เคย () 2. เคย

2. รูปแบบบริการที่เลือกใช้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. นวดทั้งตัว เป็นเวลา..... ชั่วโมง
ค่าบริการชั่วโมงละ.....บาท

- () 2. นวดเฉพาะจุด เช่น หลัง เอว เป็นเวลา..... ชั่วโมง
ค่าบริการชั่วโมงละ..... บาท

- () 3. นวดฝ่าเท้า เป็นเวลา..... ชั่วโมง
ค่าบริการชั่วโมงละ..... บาท

- () 4. อบไอน้ำสมุนไพร เป็นเวลา..... ชั่วโมง
ค่าบริการชั่วโมงละ.....บาท

- () 5. ประคบสมุนไพร เป็นเวลา..... ชั่วโมง
ค่าบริการชั่วโมงละ..... บาท

- () 6. อื่นๆ..... เป็นเวลา..... ชั่วโมง
ค่าบริการชั่วโมงละ.....บาท

3. สาเหตุที่ท่านมาใช้บริการนวดแผนไทย

- () 1. เพื่อดูแลสุขภาพเกี่ยวกับสุขภาพ () 2. สนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย
() 3. เพื่อผ่อนคลายความเครียด () 4. ต้องการทดลอง

4. บุคคลใดที่มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทย

- () 1. เพื่อน () 2. ตัดสินใจด้วยตนเอง
() 3. ครอบครัว () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ปกติท่านมาใช้บริการนวดแผนไทยในช่วงเวลาใด

- () 1. 10.00-12.00 น. () 2. 12.01-14.00 น.
() 3. 14.01-16.00 น. () 4. 16.01-18.00 น.
() 5. 18.01-20.00 น. () 6. 20.01-22.00 น.

6. ปกติท่านเลือกใช้บริการนวดแผนไทยวันใด

- () 1. วันจันทร์-วันศุกร์ () 2. วันหยุดเสาร์-อาทิตย์
() 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์ () 4. แล้วแต่โอกาส

7. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านนวดแผนไทยในลักษณะใด

- () 1. รู้จักคุ้นเคยเจ้าของร้าน () 2. ที่จอดรถสะดวกสบาย
() 3. บริษัททัวร์แนะนำ () 4. มีผู้ให้บริการประจำ
() 5. มีบริการให้เลือกหลากหลาย () 6. ค่าบริการถูกกว่าที่อื่น ๆ
() 7. บริการได้มาตรฐาน () 8. ช่วงเวลาเปิดบริการยาวนานกว่าที่อื่น
() 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านได้รับข้อมูลร้านนวดแผนไทยจากแหล่งใดบ้าง

- () 1. แผ่นพับ/ใบปลิว () 2. วิทยุ
() 3. ป้ายโฆษณา () 4. คนในครอบครัว
() 5. เพื่อน () 6. นิตยสาร
() 7. หนังสือพิมพ์ () 8. อินเทอร์เน็ต

9. ในโอกาสหน้าท่านจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีกหรือไม่

- () 1. ใช่ () 2. ไม่แน่ใจ
() 3. ไม่ใช่

10. ท่านคิดว่าจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการนวดแผนไทยหรือไม่

() 1. แนะนำ

() 2. ไม่แน่ใจ

() 3. ไม่แนะนำ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยต่อไปนี้นี้มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของท่านหรือไม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง หรือตรงกับระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของท่าน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	
	มีผล	ไม่มีผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
1. มีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมัน หรือสมุนไพรต่าง ๆ		
2. ผลิตภัณฑ์และบริการได้รับการรับรองมาตรฐาน การบริการโดยกระทรวงสาธารณสุข		
3. มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการนวด		
4. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลิตจากธรรมชาติ 100% ไม่มีสารเคมีเจือปนที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย		
ปัจจัยด้านการบริการ		
1. มีบริการนวดทั้งในร้านและนอกสถานที่		
2. มีการบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการบริการ		
3. มีความหลากหลายของบริการ		
4. มีการบริการเสริม เช่น บริการเสริมความงาม		
ปัจจัยด้านบุคลากร (หมอนวด)		
1. พนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือ และความรู้ในการบริการ ตลอดจนผ่านการฝึกอบรม		
จากสถาบันที่ได้รับการรับรองจากกระทรวง		
สาธารณสุข		

ปัจจัยด้านบุคลากร (ต่อ)	มีผล	ไม่มีผล
2. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี		
3. พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า		
4. พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร		
ปัจจัยด้านราคา		
1. อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ		
2. มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน		
ปัจจัยด้านสถานที่		
1. สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัยและเพียงพอ		
2. ห้องนวดเป็นสัดส่วน มีคิซิคและสะอาด		
3. มีความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ		
4. มีความสงบเงียบเป็นธรรมชาติ		
และมีการตกแต่งสถานที่และบริเวณสวยงาม		
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
1. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น Internet แผ่นพับ ป้ายโฆษณา		
2. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกคูปอง		

**ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- | | | |
|---|---------|----------------|
| 3 | หมายถึง | พึงพอใจมาก |
| 2 | หมายถึง | พึงพอใจปานกลาง |
| 1 | หมายถึง | พึงพอใจน้อย |

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์			
2. กลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์			
3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์			
ด้านการบริการ			
1. การจัดลำดับการให้บริการ			
2. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม			
3. การให้การต้อนรับของผู้ให้บริการ			
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ			
5. การบริการรถรับส่งลูกค้านอกสถานที่			
6. ความหลากหลายของบริการ			
7. การบริการเสริม เช่น เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ			
ด้านบุคลากร (หมอนวด)			
1. ความชำนาญในการให้บริการ			
2. คุณภาพในการนวดของหมอนวด			
3. การให้บริการตรงตามความต้องการลูกค้า			
4. ทักษะในการสื่อสารของผู้ให้บริการ			
5. การให้คำแนะนำด้านการนวด			
6. ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว			
ด้านราคา			
1. อัตราค่าบริการเหมาะสม			
ด้านสถานที่			
1. ความเหมาะสมในทำเลที่ตั้ง			
2. สภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายใน			
3. ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ			
4. ความสะอาดของเตียงนอน			

ด้านสถานที่ (ต่อ)	มาก	ปานกลาง	น้อย
5. ความสะอาดของอุปกรณ์และเครื่องใช้			
6. ความสะอาดของห้องน้ำ			
7. ความสะดวกในการเดินทาง			
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ โบปปลิว เป็นต้น			
2. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกคูปอง			

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

7. How many times have you ever visited Chiang Mai?

- Never
- Have been Chiangmai
 - First Time 1 times
 - 2-3 times more than 3 times

8. How many days are you going to stay in Chiang Mai?

- 1-3 days 4-6 days
- longer than 6 days

9. How do you travel in Chiang Mai ?

- Alone with family
- with friends with travelling agency

10. What is the purpose of your visit?

- travel/vacation business proposal
- Seminar/Business Meeting/training Study/Job study
- Visit relatives/friends Others.....

Part : 2 Behaviour of tourist in selecting Thai Massage Services in Mueang district Chiang Mai Province?

11. Have you ever tried Thai Massage Services before?

- Never Yes

12. What kind of massage did you take?

- Body Massage Period of massage time.....hours
Service charge.....Baht/hour
- Shoulder, Neck Massage Period of massage time.....hours
Service charge.....Baht/hours
- Foot Massage Period of massage time.....hours
Service charge.....Baht/hours
- Thai Herbal Stream Period of massage time..... Hours
Service charge.....Baht/hours

Herbal Massage Period of massage time.....hours

Service charge.....Baht/hours

Other..... Period of massage time.....hours

Service charge.....Baht/hours

13. What is the reasons that you tried Thai Massage?

For health care Interested in Thai tradition, knowledge

For relaxing/stress relieving For testing / Experimenting

14. Who is the most influence person in making decision to choose Thai Massage Service?

Friends own decision

Family Other.....

15. What is the period of time you normally take the massage?

10.00-12.00 a.m 12.01-14.00 p.m

14.01-16.00 p.m 16.01-18.00 p.m

18.01-20.00 p.m 20.01-22.00 p.m

16. What is the days you normally take the massage?

weekdays weekend

Holidays Depend on available time

17. What is the reason when you choose any Thai Massage Service?

Good relationship with the owner

Convenient and many parking lots

Agency's recommendation

favoured massaging provider

variety of services

Reasonable service price

Good service and standard

longer open hour

Other.....

18. How can you know the information about massaging service provider?

- brochure/leave letter Radio
 Advertising Screen/poster Relatives/family
 friend Magazines
 Newspaper internet
 other.....

19. Will you take Thai Massage Services again in the future?

- sure not sure
 no

20. Will you recommend other people to try Thai massage Services?

- sure not sure
 no

PART 3: What is the factor influence the demand for Thai traditional massage services?

factor	influence	Non-influence
product		
1. having product for massage such as oil		
2. good quality		
3. Product based on local wisdom		
4. natural ingredients		
Service		
1. having both in-house and delivered services		
2. good quality and standard of services		
3. variety of services		
4. other services like beauty treatment		
Personnel		
1. having experience, skills and knowledge of massage		
2. good personality and friendly		

Personnel	influence	Non-influence
3. being attentive to customer's needs		
4. having communication skill		
Price		
1. reasonable price		
2. clearly indicated service rate		
place		
1. having satisfactory car parking space, safety		
2. having cleaned room		
3. easy to travel		
4. beautifully decorated area and natural tranquility		
Promotion		
1. through advertisement in various types of media		
2. having a promotion such as discount rate		

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวโสมนัสสา โสมนัส
วัน เดือน ปี เกิด	21 พฤศจิกายน 2523
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2540 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนดาราวิทยาลัย เชียงใหม่ พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเกษตรศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประสบการณ์	พ.ศ. 2545 เจ้าหน้าที่ธุรการ สถานีพัฒนาที่ดินเขต 6 จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2546 เจ้าหน้าที่ธุรการ ฝ่ายกิจการสาขา 1 สำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2549 เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ศูนย์ธุรกิจเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved