



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า และระดับการใช้กลยุทธ์ของสถานประกอบการนวดแผนไทย และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับความคิดของลูกค้าเห็นที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 6 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

49

ตอนที่ 7 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ

ตอนที่ 8 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด

ตอนที่ 9 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ดังนี้

$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 2 กลุ่ม
F	แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป
$\chi^2$	แทน การหาความสัมพันธ์
*	แทน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

50

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้คนที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้คนที่มาใช้บริการนวดแผนไทยประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ผลการวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่และร้อยละ แสดงรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการนวดแผนไทย

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
เพศ		
ชาย	166	43.2
หญิง	218	56.8
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	43	11.2
25-35 ปี	145	37.8
36-45 ปี	89	23.2
46 ปีขึ้นไป	107	27.8
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7	1.8
5,000-15,000 บาท	240	62.5
15,001-25,000 บาท	59	15.4
25,001 บาทขึ้นไป	78	20.3
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	34	8.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	135	35.2
ธุรกิจส่วนตัว	44	11.5
พนักงานบริษัท/โรงงาน	79	20.6
รับจ้างทั่วไป	54	14.1
แม่บ้าน	38	9.8



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

51

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	26	6.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	30	7.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	33	8.6
อนุปริญญา/ปวส.	66	17.2
ปริญญาตรีขึ้นไป	229	59.6
สถานภาพสมรส		
โสด	140	36.5
สมรส	224	58.3
หย่าร้าง/หม้าย	20	5.2

จากตาราง 2 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 384 คน ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

52

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย เหตุผลที่มาใช้บริการ ลักษณะ/ประเภทการให้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ ความถี่ในการมาใช้บริการ แสดงรายละเอียดดังตาราง 3-8

ตาราง 3 ค่าความถี่และร้อยละของเหตุผลที่มาใช้บริการ

เหตุผลที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
เพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อยล้าจากการทำงาน/การท่องเที่ยว	195	50.8
เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	88	22.9
เพื่อดูแลเกี่ยวกับสุขภาพ	66	17.2
ต้องการทดลองใช้บริการ	35	9.1

จากตาราง 3 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการเพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อยล้าจากการทำงาน/การท่องเที่ยว จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือ เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 เพื่อดูแลเกี่ยวกับสุขภาพ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และต้องการทดลองใช้บริการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

53

ตาราง 4 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ

ลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
นวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า	173	45.1
นวดศีรษะ/นวดคอ/นวดบ่า/นวดหลัง	114	29.7
นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/นวดและประคบสมุนไพร	56	14.5
พอกหน้าขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเมนท์	41	10.7

จากตาราง 4 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมา คือ นวดศีรษะ/นวดคอ/นวดบ่า/นวดหลัง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร) / นวดประคบสมุนไพร จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และพอกหน้าขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเมนท์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

ตาราง 5 ค่าความถี่และร้อยละของช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	36	9.4
ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.)	75	19.5
ช่วงเวลาเย็น (16.01-19.00 น.)	158	41.2
ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)	115	29.9

จากตาราง 5 พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการนวดแผนไทยช่วงเวลาเย็น (16.01-19.00 น.) จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมา คือช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.) จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 ค่าความถี่และร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
ครึ่งชั่วโมง	57	14.8
1 ชั่วโมง	170	44.3
1 ชั่วโมงครึ่ง	91	23.7
2 ชั่วโมง	43	11.2
มากกว่า 2 ชั่วโมง	23	6.0

จากตาราง 6 พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1 ชั่วโมง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา คือ 1 ชั่วโมงครึ่ง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ครึ่งชั่วโมง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 2 ชั่วโมง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และมากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตาราง 7 ค่าความถี่และร้อยละของค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
ต่ำกว่า 200 บาท	32	8.3
200-500 บาท	238	62.0
501-1,000 บาท	89	23.2
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	25	6.5

จากตาราง 7 พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ำใช้จ่ายต่อครั้ง 200-500 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ 501-1,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ต่ำกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 8 ค่าความถี่และร้อยละของความถี่ในการมาใช้บริการ

ความถี่ในการมาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	384	100.0
ทุกวัน	19	4.9
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	109	28.4
เดือนละ 1-2 ครั้ง	146	38.0
ปีละ 1-2 ครั้ง	36	9.4
นานๆ ครั้ง	74	19.3

จากตาราง 8 พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มาใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา คือ สัปดาห์ 1-2 ครั้ง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 นานๆ ครั้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ปีละ 1-2 ครั้ง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และทุกวัน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9





### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการ นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน แสดงรายละเอียดดังตาราง 9-11

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
ราคาค่าบริการต่ำกว่าสถานบริการอื่น	3.72	0.90	มาก
ราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ครีมพอกหน้า สมุนไพรขัดตัว มีราคาต่ำกว่าสถานบริการอื่น	3.80	0.81	มาก
ราคาอุปกรณ์ เช่น ลูกประคบ ไม้กดจุด มีราคาต่ำกว่าสถาบันอื่น	3.74	0.84	มาก
ราคาค่าแพคเกจหรือคอร์สต่ำกว่าสถาบันอื่น	3.95	0.94	มาก
มีการแบ่งชำระเป็นงวดสำหรับรายการที่ซื้อเป็นแพคเกจหรือคอร์ส	3.37	0.96	ปานกลาง
โดยรวม	3.72	0.78	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  และ S.D. = 0.78) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในราคาค่าบริการต่ำกว่าสถานบริการอื่น ราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ครีมพอกหน้า สมุนไพรขัดตัว มีราคาต่ำกว่าสถานบริการอื่น ราคาอุปกรณ์ เช่น ลูกประคบ ไม้กดจุด มีราคาต่ำกว่าสถาบันอื่น และราคาค่าแพคเกจหรือคอร์สต่ำกว่าสถาบันอื่น ส่วนมีการแบ่งชำระเป็นงวดสำหรับรายการที่ซื้อเป็นแพคเกจ หรือคอร์ส มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

57

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
ทำนวดแตกต่างจากสถานบริการอื่น	3.80	0.93	มาก
ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมีตราสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐาน	3.66	0.86	มาก
มีการชำระด้วยบัตรเครดิต	3.47	1.04	ปานกลาง
มีระบบจัดคิวและนัดหมายล่วงหน้า	3.61	1.09	มาก
มีบริการนวดทั้งในสถานที่และนอกสถานที่	3.34	0.99	ปานกลาง
โดยรวม	3.58	0.84	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.58$  และ S.D. = 0.84) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทำนวดแตกต่างจากสถานบริการอื่น ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมีตราสินค้าที่ได้รับรองมาตรฐาน และมีระบบจัดคิวและนัดหมายล่วงหน้า ส่วนการชำระด้วยบัตรเครดิต และบริการนวดทั้งในสถานที่และนอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน

กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
มีบริการการนัดเพื่อสุขภาพ	3.61	0.95	มาก
มีบริการการนัดเพื่อผ่อนคลาย	3.36	0.99	ปานกลาง
มีบริการการนัดเพื่อรักษาโรค	3.65	0.80	มาก
มีการบริการนัดเพื่อฟื้นฟูสมรรถภาพ	3.73	0.82	มาก
มีบริการนัดตัว/นัดฝ่าเท้า	3.68	1.00	มาก
มีบริการอบสมุนไพร/ชาน้ำ/อบไอน้ำ	3.31	0.79	ปานกลาง
มีการบริการความงามด้วยสมุนไพร เช่น การพอกหน้าขัดหน้า	3.14	0.89	ปานกลาง
โดยรวม	3.50	0.65	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.50$  และ  $S.D. = 0.65$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในบริการการนัดเพื่อสุขภาพ บริการการนัดเพื่อรักษาโรค การบริการนัดเพื่อฟื้นฟูสมรรถภาพ และบริการนัดตัว/นัดฝ่าเท้า ส่วนบริการการนัดเพื่อผ่อนคลาย บริการอบสมุนไพร/ชาน้ำ/อบไอน้ำ และบริการความงามด้วยสมุนไพร เช่น การพอกหน้าขัดหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



## ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการ นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการ  
นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย ด้านผู้ให้บริการ  
ด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการขายและ  
แนะนำบริการ แสดงรายละเอียดดังตาราง 12-16

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ  
สถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านผู้ให้บริการ

ด้านผู้ให้บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานมีความรู้และประสบการณ์ในการบริการ	3.94	0.79	มาก
พนักงานให้บริการตรงตามความต้องการ	4.06	0.72	มาก
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และการสื่อสารที่ดี	4.14	0.82	มาก
พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย เหมาะสมกับงาน	3.72	0.77	มาก
พนักงานให้บริการต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	3.72	0.85	มาก
โดยรวม	3.92	0.54	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย  
ด้านผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$  และ S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณา  
เป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านกระบวนการการบริการ

ด้านกระบวนการการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือในการบริการ	4.12	0.69	มาก
มีบริการสำหรับให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าว่าควรใช้บริการนวดแบบใด	3.82	0.61	มาก
มีการจัดลำดับก่อนหลังในการรับบริการ	3.70	0.67	มาก
บริการด้วยความรวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า	3.49	0.74	ปานกลาง
มีพนักงานเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	3.72	0.79	มาก
โดยรวม	3.77	0.49	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านกระบวนการการบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$  และ  $S.D. = 0.49$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในความปลอดภัยและน่าเชื่อถือในการบริการ บริการสำหรับให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าว่าควรใช้บริการนวดแบบใด การจัดลำดับก่อนหลังในการรับบริการ และพนักงานเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่วนในเรื่องพนักงานเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านสถานที่บริการ

ด้านสถานที่บริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
มีความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	4.18	0.82	มาก
จัดสถานที่สำหรับให้ลูกค้านั่งรอใช้บริการ	3.76	0.74	มาก
มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัย	3.57	0.74	มาก
สถานที่จอดรถมีความเหมาะสม	3.60	0.88	มาก
ป้ายชื่อสถานที่บริการเห็นง่าย ชัดเจน	3.83	0.87	มาก
โดยรวม	3.79	0.50	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านสถานที่บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  และ S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ

ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
มีการเปิดเพลงเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายขณะนวด	3.91	0.84	มาก
มีการตกแต่งร้านเหมาะสมและดูผ่อนคลาย	3.90	0.85	มาก
มีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสมและเพียงพอในจุดที่ให้บริการ	3.80	0.81	มาก
สถานที่สะอาดและมีการดูแลรักษาที่ได้อย่างสม่ำเสมอ	3.88	0.77	มาก
โดยรวม	3.87	0.62	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$  และ S.D. = 0.62) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

62

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ

ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความพึงพอใจ
มีการจัดแพคเกจหรือคอร์สบริการลูกค้า	3.88	0.82	มาก
มีการส่งเสริมการขาย เช่น มีส่วนลด หรือบริการฟรีเมื่อครบชั่วโมง	3.54	0.81	มาก
มีการสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.91	0.74	มาก
มีบริการผู้สำหรับเก็บของมีค่าของลูกค้า	3.94	0.79	มาก
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4.06	0.72	มาก
มีการแจกแผ่นพับ/โบรชัวร์	4.14	0.82	มาก
โดยรวม	3.91	0.42	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$  และ  $S.D. = 0.42$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ



## ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นสถานของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการขนาดแผนไทยในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าเห็นที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดแสดงดังตาราง 17-27 มีสมมติฐานเพื่อ การทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 17 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามเพศ

ระดับความคิดเห็น	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n=166)		หญิง (n=218)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3.72	0.77	3.71	0.79	0.186	0.853
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	3.58	0.82	3.58	0.85	0.063	0.949
กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	3.49	0.64	3.50	0.65	-0.164	0.869
โดยรวม	3.60	0.69	3.60	0.71	0.043	0.965

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน ไม่แตกต่างกัน





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 18 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามอายุ

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	ระหว่างกลุ่ม	7.221	3	2.407	4.077	0.007*
	ภายในกลุ่ม	224.365	380	0.590		
	รวม	231.586	383			
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	10.619	3	3.540	5.195	0.002*
	ภายในกลุ่ม	258.908	380	0.681		
	รวม	269.527	383			
กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	ระหว่างกลุ่ม	7.508	3	2.503	6.212	0.000*
	ภายในกลุ่ม	153.098	380	0.403		
	รวม	160.606	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	8.234	3	2.745	5.779	0.001*
	ภายในกลุ่ม	180.484	380	0.475		
	รวม	188.718	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. (Least-significant different) ได้ดังตาราง 19-21



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 19 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า  
ต่อกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี				
25-35 ปี				
36-45 ปี		.4926*		
46 ปีขึ้นไป		.3597*		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 36-45 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน มากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.4926) และลูกค้าที่มี 46 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน มากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.3597)

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า  
ต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี				
25-35 ปี		.2868*		
36-45 ปี		.5803*	.2935*	.2801*
46 ปีขึ้นไป		.3002*		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 25-35 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 66

ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.2868) ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ 36-45 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.5803) มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 25-35 ปี (.2935) และมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.2801) และลูกค้ำที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีระดับ ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.3002)

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้ำ ต่อกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี				
25-35 ปี	.2329*			
36-45 ปี	.4870*	.2540*		.2149*
46 ปีขึ้นไป	.2721*			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ 25-35 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขต เกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.2329) ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ 36-45 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อ กลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.4870) มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 25-35 ปี (.2540) และมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.2149) และลูกค้ำที่มี อายุ 46 ปีขึ้นไป มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน มากกว่าลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.2721)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	ระหว่างกลุ่ม	1.411	3	0.470	0.777	0.508
	ภายในกลุ่ม	230.175	380	0.606		
	รวม	231.586	383			
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	2.723	3	0.908	1.293	0.277
	ภายในกลุ่ม	266.805	380	0.702		
	รวม	269.527	383			
กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	ระหว่างกลุ่ม	1.790	3	0.597	1.427	0.234
	ภายในกลุ่ม	158.816	380	0.418		
	รวม	160.606	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.678	3	0.559	1.136	0.334
	ภายในกลุ่ม	187.040	380	0.492		
	รวม	188.718	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 23 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	ระหว่างกลุ่ม	5.220	5	1.044	1.743	0.124
	ภายในกลุ่ม	226.366	378	0.599		
	รวม	231.586	383			
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	6.634	5	1.327	1.908	0.092
	ภายในกลุ่ม	262.893	378	0.695		
	รวม	269.527	383			
กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	ระหว่างกลุ่ม	3.278	5	0.656	1.575	0.166
	ภายในกลุ่ม	157.328	378	0.416		
	รวม	160.606	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.642	5	0.928	1.907	0.092
	ภายในกลุ่ม	184.076	378	0.487		
	รวม	188.718	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 24 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	ระหว่างกลุ่ม	1.390	4	0.347	0.572	0.683
	ภายในกลุ่ม	230.196	379	0.607		
	รวม	231.586	383			
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	0.778	4	0.194	0.274	0.895
	ภายในกลุ่ม	268.750	379	0.709		
	รวม	269.527	383			
กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	ระหว่างกลุ่ม	0.265	4	0.066	0.157	0.960
	ภายในกลุ่ม	160.341	379	0.423		
	รวม	160.606	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.482	4	0.120	0.243	0.914
	ภายในกลุ่ม	188.236	379	0.497		
	รวม	188.718	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 25 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.854	2	1.427	2.377	0.094
	ภายในกลุ่ม	228.732	381	0.600		
	รวม	231.586	383			
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระหว่างกลุ่ม	6.234	2	3.117	4.510	0.012*
	ภายในกลุ่ม	263.294	381	0.691		
	รวม	269.527	383			
กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน	ระหว่างกลุ่ม	3.394	2	1.697	4.112	0.017*
	ภายในกลุ่ม	157.212	381	0.413		
	รวม	160.606	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.003	2	2.001	4.128	0.017*
	ภายในกลุ่ม	184.716	381	0.485		
	รวม	188.718	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. (Least-significant different) ได้ดังตาราง 26-27



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

71

ตาราง 26 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า  
ต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส	.2496*		
หย่าร้าง/หม้าย	.3671*		

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มากกว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.2496) และลูกค้าที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย มีระดับความคิดเห็นต่อ กลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.3671)

ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความคิดเห็นของลูกค้า  
ต่อกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง
โสด			
สมรส	.1907*		
หย่าร้าง/หม้าย			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรส มีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในกลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน มากกว่าลูกค้าที่มีสถานภาพโสด (.1907)





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## ตอนที่ 6 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการ นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการ  
นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล  
รายละเอียดแสดงดังในตาราง 28-36 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ  
สถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ  
สถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน

ตาราง 28 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n=166)		หญิง (n=218)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผู้ให้บริการ	3.980	0.524	3.867	0.546	2.036	0.042*
ด้านกระบวนการบริการ	3.814	0.485	3.732	0.494	1.632	0.104
ด้านสถานที่บริการ	3.843	0.472	3.744	0.511	1.951	0.052
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	3.905	0.626	3.842	0.617	0.991	0.322
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	3.950	0.435	3.879	0.409	1.630	0.104
โดยรวม	3.898	0.335	3.813	0.315	2.569	0.011*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทาง  
สถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีระดับ  
ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านสภาพแวดล้อม  
การบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการ  
นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ  
แตกต่างกัน

ตาราง 29 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามอายุ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.132	3	1.711	6.129	0.000*
	ภายในกลุ่ม	106.054	380	0.279		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.695	3	0.232	0.961	0.411
	ภายในกลุ่ม	91.625	380	0.241		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.020	3	0.673	2.775	0.041*
	ภายในกลุ่ม	92.195	380	0.243		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.144	3	0.048	0.123	0.946
	ภายในกลุ่ม	147.468	380	0.388		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.231	3	0.744	4.297	0.005*
	ภายในกลุ่ม	65.751	380	0.173		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.272	3	0.424	4.085	0.007*
	ภายในกลุ่ม	39.432	380	0.104		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  
0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านกระบวนการบริการ และด้านสภาพแวดล้อมการบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 3 แสดงว่าลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. (Least-significant different) ได้ดังตาราง 30-32

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี				
25-35 ปี		.2672*	.1748*	.2579*
36-45 ปี				
46 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่าลูกค้าที่มีอายุ 25-35 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผู้ให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.2672) มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 36-45 ปี (.1748) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.2579)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 31 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านสถานที่บริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี				
25-35 ปี				.1695*
36-45 ปี				
46 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่าลูกค้าที่มีอายุ 25-35 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่บริการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.1695)

ตาราง 32 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี				
25-35 ปี		.1988*		.1600*
36-45 ปี				
46 ปีขึ้นไป				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่าลูกค้าที่มีอายุ 25-35 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ มากกว่าลูกค้าที่มีอายุที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (.1988) และมากกว่าลูกค้าที่มีอายุที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป (.1600)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 33 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.378	3	0.459	1.589	0.192
	ภายในกลุ่ม	109.809	380	0.289		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.420	3	0.473	1.978	0.117
	ภายในกลุ่ม	90.900	380	0.239		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.437	3	0.479	1.961	0.119
	ภายในกลุ่ม	92.778	380	0.244		
	รวม	94.215	383			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.900	3	0.633	1.651	0.177
	ภายในกลุ่ม	145.712	380	0.383		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.001	3	0.334	1.892	0.130
	ภายในกลุ่ม	66.981	380	0.176		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.854	3	0.285	2.715	0.045
	ภายในกลุ่ม	39.849	380	0.105		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ด้านกระบวนการการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 34 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.887	5	0.177	0.608	0.694
	ภายในกลุ่ม	110.300	378	0.292		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.957	5	0.391	1.637	0.149
	ภายในกลุ่ม	90.363	378	0.239		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.238	5	0.248	1.007	0.413
	ภายในกลุ่ม	92.977	378	0.246		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.186	5	0.237	0.612	0.690
	ภายในกลุ่ม	146.426	378	0.387		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.490	5	0.098	0.549	0.739
	ภายในกลุ่ม	67.491	378	0.179		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.579	5	0.116	1.091	0.365
	ภายในกลุ่ม	40.124	378	0.106		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 35 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.593	4	0.398	1.377	0.241
	ภายในกลุ่ม	109.594	379	0.289		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.367	4	0.092	0.378	0.824
	ภายในกลุ่ม	91.952	379	0.243		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.647	4	0.162	0.655	0.624
	ภายในกลุ่ม	93.568	379	0.247		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.128	4	0.032	0.082	0.988
	ภายในกลุ่ม	147.484	379	0.389		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.456	4	0.364	2.074	0.084
	ภายในกลุ่ม	66.525	379	0.176		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.093	4	0.023	0.216	0.929
	ภายในกลุ่ม	40.611	379	0.107		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

79

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 36 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.197	2	0.099	0.339	0.713
	ภายในกลุ่ม	110.989	381	0.291		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.829	2	0.414	1.725	0.180
	ภายในกลุ่ม	91.491	381	0.240		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.555	2	0.278	1.130	0.324
	ภายในกลุ่ม	93.660	381	0.246		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.332	2	0.166	0.429	0.651
	ภายในกลุ่ม	147.280	381	0.387		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.463	2	0.231	1.306	0.272
	ภายในกลุ่ม	67.519	381	0.177		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.412	2	0.206	1.946	0.144
	ภายในกลุ่ม	40.292	381	0.106		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

81

ด้านกระบวนการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน

**ตอนที่ 7 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการ  
นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการ  
ใช้บริการ**

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการ  
นวดแผนไทยในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้  
บริการ รายละเอียดแสดงดังในตาราง 37-45 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : พฤติกรรมการใช้บริการลูกค้า แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ  
ของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการ  
ของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา  
แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 37 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.118	3	0.373	1.286	0.279
	ภายในกลุ่ม	110.068	380	0.290		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.081	3	0.360	1.501	0.214
	ภายในกลุ่ม	91.238	380	0.240		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.941	3	0.314	1.278	0.282
	ภายในกลุ่ม	93.274	380	0.245		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.308	3	0.103	0.265	0.851
	ภายในกลุ่ม	147.304	380	0.388		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.757	3	0.252	1.427	0.234
	ภายในกลุ่ม	67.224	380	0.177		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.140	3	0.047	0.438	0.726
	ภายในกลุ่ม	40.563	380	0.107		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีเหตุผลที่มาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านกระบวนการการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 38 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.355	3	0.785	2.741	0.043*
	ภายในกลุ่ม	108.831	380	0.286		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.419	3	0.140	0.577	0.630
	ภายในกลุ่ม	91.901	380	0.242		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.256	3	0.752	3.108	0.026*
	ภายในกลุ่ม	91.959	380	0.242		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.778	3	0.259	0.671	0.570
	ภายในกลุ่ม	146.834	380	0.386		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.898	3	0.299	1.695	0.168
	ภายในกลุ่ม	67.084	380	0.177		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.521	3	0.174	1.642	0.179
	ภายในกลุ่ม	40.183	380	0.106		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 3 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีลักษณะ/ประเภทการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านกระบวนการการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Sig. น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 2 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีลักษณะ/ประเภทการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านผู้ให้บริการ และด้านสถานที่บริการ แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. (Least-significant different) ได้ดังตาราง 39-40

ตาราง 39 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านผู้ให้บริการ จำแนกตามลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ

ลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ	นวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดศีรษะ/นวดคอ/ นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า นวดบ่า/นวดหลัง	นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/ สมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ นวดและปะคบสมุนไพร	พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและ ทำทรีทเม้นต์
นวดไทย/นวดราชสำนัก/ นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า			.2610*
นวดศีรษะ/นวดคอ/ นวดบ่า/นวดหลัง			.2393*
นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจาก สมุนไพร)/นวดและปะคบสมุนไพร พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/ นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการนวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผู้ให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการพอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์ (.2610) ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการนวดศีรษะ/นวดคอ/นวดบ่า/นวดหลังมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผู้ให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการพอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์ (.2393)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 40 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านสถานที่บริการ จำแนกตามลักษณะ/ประเภทการให้บริการ

ลักษณะ/ประเภทการให้บริการ	นวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดศีรษะ/นวดคอ/ นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า	นวดบ่า/นวดหลัง	นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/นวดและประคบสมุนไพร	พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์
นวดไทย/นวดราชสำนัก/ นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า				
นวดศีรษะ/นวดคอ/ นวดบ่า/นวดหลัง				
นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/นวดและประคบสมุนไพร	.2186*	.1766*		.2472*
พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/ นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์				

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการนวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/นวดและประคบสมุนไพร มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านสถานที่บริการ มากกว่าลูกค้าที่มาใช้นวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า (.2186) มากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการนวดศีรษะ/นวดคอ/นวดบ่า/นวดหลัง (.1766) และมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการพอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์ (.2393)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 41 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.576	3	0.192	0.659	0.578
	ภายในกลุ่ม	110.610	380	0.291		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.615	3	0.538	2.256	0.081
	ภายในกลุ่ม	90.704	380	0.239		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.861	3	0.287	1.168	0.322
	ภายในกลุ่ม	93.354	380	0.246		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.643	3	0.548	1.426	0.235
	ภายในกลุ่ม	145.969	380	0.384		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.162	3	0.054	0.303	0.823
	ภายในกลุ่ม	67.819	380	0.178		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.166	3	0.055	0.520	0.669
	ภายในกลุ่ม	40.537	380	0.107		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีช่วงเวลาที่มาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการ นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านกระบวนการการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 42 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.139	4	0.785	2.752	0.028*
	ภายในกลุ่ม	108.048	379	0.285		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.444	4	0.361	1.505	0.200
	ภายในกลุ่ม	90.876	379	0.240		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.573	4	0.393	1.609	0.171
	ภายในกลุ่ม	92.642	379	0.244		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.901	4	0.225	0.582	0.676
	ภายในกลุ่ม	146.710	379	0.387		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.115	4	0.279	1.580	0.179
	ภายในกลุ่ม	66.866	379	0.176		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.664	4	0.166	1.571	0.181
	ภายในกลุ่ม	40.039	379	0.106		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 4 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่ระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการ นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านกระบวนการการบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

Sig. น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 1 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่ระยะเวลาในการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานบริการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. (Least-significant different) ได้ดังตาราง 43

ตาราง 43 การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD. ของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ด้านผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ

ระยะเวลาในการใช้บริการ	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง
ครึ่งชั่วโมง					
1 ชั่วโมง					.3380*
1 ชั่วโมงครึ่ง					
2 ชั่วโมง					
มากกว่า 2 ชั่วโมง					

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการ 1 ชั่วโมง มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผู้ให้บริการ มากกว่าลูกค้าที่ใช้บริการมากกว่า 2 ชั่วโมง (.3380)



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 44 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้ง  
ในการใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.720	3	0.573	1.990	0.115
	ภายในกลุ่ม	109.466	380	0.288		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.245	3	0.082	0.337	0.799
	ภายในกลุ่ม	92.075	380	0.242		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.384	3	0.461	1.888	0.131
	ภายในกลุ่ม	92.831	380	0.244		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.895	3	0.298	0.773	0.510
	ภายในกลุ่ม	146.717	380	0.386		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.601	3	0.200	1.129	0.337
	ภายในกลุ่ม	67.381	380	0.177		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.622	3	0.207	1.965	0.119
	ภายในกลุ่ม	40.082	380	0.105		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการขนาดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ด้านกระบวนการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 45 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการ

ระดับความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.155	4	0.289	0.995	0.410
	ภายในกลุ่ม	110.031	379	0.290		
	รวม	111.186	383			
ด้านกระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.373	4	0.093	0.384	0.820
	ภายในกลุ่ม	91.947	379	0.243		
	รวม	92.320	383			
ด้านสถานที่บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.778	4	0.195	0.789	0.533
	ภายในกลุ่ม	93.437	379	0.247		
	รวม	94.215	383			
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.884	4	0.221	0.571	0.684
	ภายในกลุ่ม	146.728	379	0.387		
	รวม	147.612	383			
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.935	4	0.234	1.322	0.261
	ภายในกลุ่ม	67.046	379	0.177		
	รวม	67.981	383			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.351	4	0.088	0.823	0.511
	ภายในกลุ่ม	40.353	379	0.106		
	รวม	40.703	383			

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าลูกค้าที่มีความถี่ในการมาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

91

ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน

**ตอนที่ 8 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด**

ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทยในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด รายละเอียดแสดงดังในตาราง 46-48 มีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการใช้กลยุทธ์การตลาด แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 46 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามระดับการใช้  
กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

ระดับความพึงพอใจ	ระดับการใช้กลยุทธ์				t	Sig.
	ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน					
	น้อย (n=142)		มาก (n=242)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผู้ให้บริการ	3.900	0.544	3.925	0.537	-0.435	0.644
ด้านกระบวนการบริการ	3.801	0.457	3.748	0.510	1.030	0.303
ด้านสถานที่บริการ	3.841	0.489	3.755	0.498	1.634	0.103
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	3.852	0.606	3.879	0.630	-0.422	0.681
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	3.897	0.416	3.917	0.425	-0.463	0.644
โดยรวม	3.858	0.301	3.845	0.340	0.385	0.700

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าระดับการใช้กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการ นวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือสถานประกอบการที่ใช้กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างในระดับมาก ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการมากกว่า



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 47 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามระดับการใช้  
กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง

ระดับความพึงพอใจ	ระดับการใช้กลยุทธ์				t	Sig.
	ด้านการสร้างความแตกต่าง					
	น้อย (n=199)		มาก (n=185)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผู้ให้บริการ	3.854	0.573	3.982	0.492	-2.341	0.020*
ด้านกระบวนการบริการ	3.766	0.492	3.770	0.492	-0.078	0.938
ด้านสถานที่บริการ	3.831	0.484	3.739	0.506	1.816	0.700
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	3.863	0.622	3.876	0.621	-0.199	0.843
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	3.879	0.433	3.942	0.407	-1.465	0.144
โดยรวม	3.839	0.317	3.862	0.336	-0.691	0.490

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 4 ด้าน แสดงว่าระดับการใช้กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่า  $\alpha = 0.05$  มี 1 ด้าน แสดงว่าระดับการใช้กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านผู้ให้บริการ แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 48 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามระดับการใช้  
กลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน

ระดับความพึงพอใจ	ระดับการใช้กลยุทธ์				t	Sig.
	ด้านการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน					
	น้อย (n=205)		มาก (n=179)			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผู้ให้บริการ	3.879	0.530	3.958	0.547	-1.426	0.155
ด้านกระบวนการบริการ	3.766	0.473	3.770	0.513	-0.079	0.937
ด้านสถานที่บริการ	3.791	0.492	3.782	0.502	0.179	0.858
ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ	3.865	0.621	3.874	0.623	-0.152	0.879
ด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ	3.907	0.422	3.912	0.422	-0.120	0.905
โดยรวม	3.842	0.322	3.859	0.331	-0.529	0.597

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ค่า Sig. ที่คำนวณได้มากกว่า  $\alpha = 0.05$  ทั้ง 5 ด้าน แสดงว่าระดับการใช้กลยุทธ์ด้านการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วนต่างกัน ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมและในด้านผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านสถานที่บริการ ด้านสภาพแวดล้อมการบริการ และด้านส่งเสริมการขายและแนะนำบริการ ไม่แตกต่างกัน



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

## ตอนที่ 9 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ ของลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รายละเอียดแสดงตามตาราง 49-84 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานประกอบการนวดแผนไทย ในเขตเกาะเมืองประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ

ตาราง 49 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

เพศ	เหตุผลที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อขี้ส่ำ จากการทำงาน/การท่องเที่ยว	เพื่อบำบัดและรักษาโรค เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	เพื่อดูแลเกี่ยวกับ สุขภาพ	ต้องการทดลองใช้ บริการ			
ชาย	87 (84.3)	36 (38.0)	30 (28.5)	13 (15.1)	166 (166.0)	1.007	0.800
หญิง	108 (110.7)	52 (50.0)	36 (37.5)	22 (19.9)	218 (218.0)		
รวม	195 (195.0)	88 (88.0)	66 (66.0)	35 (35.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 49 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 1.007 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.800 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 50 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ

เพศ	ลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ชาวไทย/นครราชสีมา/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์	นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์	นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์	นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์/นครสวรรค์			
ชาย	75 (74.8)	50 (49.3)	29 (24.2)	12 (17.7)	166 (166.0)	4.946	0.176
หญิง	98 (98.2)	64 (64.7)	27 (31.8)	29 (23.3)	218 (218.0)		
รวม	173 (173.0)	114 (114.0)	56 (56.0)	41 (41.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 50 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 4.946 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.176 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 51 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

เพศ	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	ช่วงเวลากลางวัน (12.01-16.00 น.)	ช่วงเวลากลางคืน (16.01-19.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)			
ชาย	11 (15.6)	33 (32.4)	73 (68.3)	49 (49.7)	166 (166.0)	2.962	0.398
หญิง	25 (20.4)	42 (42.6)	85 (89.7)	66 (65.3)	218 (218.0)		
รวม	36 (36.0)	75 (75.0)	158 (158.0)	115 (115.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 51 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 2.962 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.398 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 52 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการใช้บริการ

เพศ	ระยะเวลาในการใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง			
ชาย	19 (24.6)	79 (73.5)	45 (39.3)	17 (18.6)	6 (9.9)	166 (166.0)	7.431	0.115
หญิง	38 (32.4)	91 (96.5)	46 (51.7)	26 (24.4)	17 (13.1)	218 (218.0)		
รวม	57 (57.0)	170 (170.0)	91 (91.0)	43 (43.0)	23 (23.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 52 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 7.431 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.115 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 53 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

เพศ	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 200 บาท	200 -500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป			
ชาย	8 (13.8)	112 (102.9)	39 (38.5)	7 (10.8)	166 (166.0)	8.131	0.043*
หญิง	24 (18.2)	126 (135.1)	50 (50.5)	18 (14.2)	218 (218.0)		
รวม	32 32.0	238 (238.0)	89 (89.0)	25 (25.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 53 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.131 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าเพศมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 54 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการมาใช้บริการ

เพศ	ความถี่ในการมาใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	ปีละ 1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง			
ชาย	7 (8.2)	52 (47.1)	67 (63.1)	16 (15.6)	24 (32.0)	166 (166.0)	5.164	0.271
หญิง	12 (10.8)	57 (61.9)	79 (82.9)	20 (20.4)	50 (42.0)	218 (218.0)		
รวม	19 (19.0)	109 (109.0)	146 (146.0)	36 (36.0)	74 (74.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 54 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 5.164 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.271 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 55 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

อายุ	เหตุผลที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อยล้า จากการทำงาน/การท่องเที่ยว	เพื่อนำบัดและรักษาโรค เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	เพื่อดูแลเกี่ยวกับ สุขภาพ	ต้องการทดลองใช้ บริการ			
ต่ำกว่า 25 ปี	23 (21.8)	5 (9.9)	8 (7.4)	7 (3.9)	43 (43.0)	14.272	0.113
25-35 ปี	74 (73.6)	32 (33.2)	26 (24.9)	13 (13.2)	145 (145.0)		
36-45 ปี	50 (45.2)	17 (20.4)	18 (15.3)	4 (8.1)	89 (89.0)		
46 ปีขึ้นไป	48 (54.3)	34 (24.5)	14 (18.4)	11 (9.8)	107 (107.0)		
รวม	195 (195.0)	88 (88.0)	66 (66.0)	35 (35.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 55 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 14.272 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.113 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 56 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ

อายุ	ลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	นวดไทย/นวดราชสำนัก/นวดกดจุด/นวดฝ่าเท้า	นวดศีรษะ/นวดคอ/นวดบ่า/นวดหลัง	นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพร)/นวดและปะคบสมุนไพร	นวดหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/นวดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์			
ต่ำกว่า 25 ปี	15 (19.4)	13 (12.8)	5 (6.3)	10 (4.6)	43 (43.0)	13.343	0.148
25-35 ปี	68 (65.3)	39 (43.0)	22 (21.1)	16 (15.5)	145 (145.0)		
36-45 ปี	35 (40.1)	30 (26.4)	16 (13.0)	8 (9.5)	89 (89.0)		
46 ปีขึ้นไป	55 (48.2)	32 (31.8)	13 (15.6)	7 (11.4)	107 (107.0)		
รวม	173 (173.0)	114 (114.0)	56 (56.0)	41 (41.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 56 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 13.343 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.148 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 57 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

อายุ	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	ช่วงเวลากลาง (12.01-16.00 น.)	ช่วงเวลากลาง (16.01-19.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)			
ต่ำกว่า 25 ปี	3 (4.0)	12 (8.4)	17 (17.7)	11 (12.9)	43 (43.0)	8.279	0.506
25-35 ปี	12 (13.6)	23 (28.3)	62 (59.7)	48 (43.4)	145 (145.0)		
36-45 ปี	6 (8.3)	21 (17.4)	35 (36.6)	27 (26.7)	89 (89.0)		
46 ปีขึ้นไป	15 (10.0)	19 (20.9)	44 (44.0)	29 (32.0)	107 (107.0)		
รวม	36 (36.0)	75 (75.0)	158 (158.0)	115 (115.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 57 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.279 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.506 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 58 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการใช้บริการ

อายุ	ระยะเวลาในการใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง			
ต่ำกว่า 25 ปี	6 (6.4)	20 (19.0)	10 (10.2)	3 (4.8)	4 (2.6)	43 (43.0)	7.789	0.801
25-35 ปี	21 (21.5)	66 (64.2)	31 (34.4)	17 (16.2)	10 (8.7)	145 (145.0)		
36-45 ปี	11 (13.2)	43 (39.4)	19 (21.1)	10 (10.0)	6 (5.3)	89 (89.0)		
46 ปีขึ้นไป	19 (15.9)	41 (47.4)	31 (25.4)	13 (12.0)	3 (6.4)	107 (107.0)		
รวม	57 (57.0)	170 (170.0)	91 (91.0)	43 (43.0)	23 (23.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 58 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 7.789 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.801 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 59 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

อายุ	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 200 บาท	200-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป			
ต่ำกว่า 25 ปี	1 (3.6)	28 (26.7)	10 (10.0)	4 (2.8)	43 (43.0)	9.498	0.393
25-35 ปี	12 (12.1)	92 (89.9)	30 (33.6)	11 (9.4)	145 (145.0)		
36-45 ปี	6 (7.4)	57 (55.2)	19 (20.6)	7 (5.8)	89 (89.0)		
46 ปีขึ้นไป	13 (8.9)	61 (66.3)	30 (24.8)	3 (7.0)	107 (107.0)		
รวม	32 (32.0)	238 (238.0)	89 (89.0)	25 (25.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 59 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.498 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.393 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 60 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการมาใช้บริการ

อายุ	ความถี่ในการมาใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	ปีละ 1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง			
ต่ำกว่า 25 ปี	0 (2.1)	13 (12.2)	14 (16.3)	5 (4.0)	11 (8.3)	43 (43.0)	9.376	0.671
25-35 ปี	9 (7.2)	38 (41.2)	58 (55.1)	17 (13.6)	23 (27.9)	145 (145.0)		
36-45 ปี	4 (4.4)	29 (25.3)	34 (33.8)	4 (8.3)	18 (17.2)	89 (89.0)		
46 ปีขึ้นไป	6 (5.3)	29 (30.4)	40 (40.7)	10 (10.0)	22 (20.6)	107 (107.0)		
รวม	19 (19.0)	109 (109.0)	146 (146.0)	36 (36.0)	74 (74.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 60 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.376 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.671 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 61 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เหตุผลที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อยล้า	เพื่อบำบัดและรักษาโรค	เพื่อดูแลเกี่ยวกับสุขภาพ	ต้องการทดลองใช้บริการ			
	จากการทำงาน/การท่องเที่ยว	เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	สุขภาพ	บริการ			
ไม่เกิน 15,000 บาท	126 (125.4)	59 (56.6)	39 (42.5)	23 (22.5)	247 (247.0)	8.764	0.187
15,001-25,000 บาท	29 (30.0)	8 (13.5)	17 (10.1)	5 (5.4)	59 (59.0)		
25,001 บาทขึ้นไป	40 (39.6)	21 (17.9)	10 (13.4)	7 (7.1)	78 (78.0)		
รวม	195 (195.0)	88 (88.0)	66 (66.0)	35 (35.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 61 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.764 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.187 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ (เนื่องจากค่า Expected Count ที่มีค่าน้อยกว่า 5 เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์แล้วเกินกว่าค่ามาตรฐานทางสถิติที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงรวมกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-15,000 บาท เป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการนวดแผนไทย) รายละเอียดแสดงดังตาราง 58-63



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 62 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับลักษณะ/ประเภทการให้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลักษณะ/ประเภทการให้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ขนาดไทย/ขนาดราชสำนัก/ขนาดคจจุค/ขนาดฝ่าเท้า	ขนาดศีรษะ/ขนาดคอ/ขนาดบ่า/ขนาดหลัง	ขนาดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/ขนาดและปะคบสมุนไพร	พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/ขนาดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์			
ไม่เกิน 15,000 บาท	109 (111.3)	75 (73.3)	36 (36.0)	27 (26.4)	247 (247.0)	5.121	0.528
15,001-25,000 บาท	25 (26.6)	14 (17.5)	11 (8.6)	9 (6.3)	59 (59.0)		
25,001 บาทขึ้นไป	39 (35.1)	25 (23.2)	9 (11.4)	5 (8.3)	78 (78.0)		
รวม	173 (173.0)	114 (114.0)	56 (56.0)	41 (41.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 62 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 5.121 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.528 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะ/ประเภทการให้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 63 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (12.01-16.00 น.)	ช่วงเวลากลางวัน (16.01-19.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)			
ไม่เกิน 15,000 บาท	26 (23.2)	53 (48.2)	95 (101.6)	73 (74.0)	247 (247.0)	8.324	0.215
15,001-25,000 บาท	3 (5.5)	6 (11.5)	27 (24.3)	23 (17.7)	59 (59.0)		
25,001 บาทขึ้นไป	7 (7.3)	16 (15.2)	36 (32.1)	19 (23.4)	78 (78.0)		
รวม	36 (36.0)	75 (75.0)	158 (158.0)	115 (115.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 63 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.324 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.215 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 64 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาในการใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระยะเวลาในการใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง			
ไม่เกิน 15,000 บาท	35 (36.7)	116 (109.3)	54 (58.5)	28 (27.7)	14 (14.8)	247 (247.0)	10.485	0.233
15,001-25,000 บาท	6 (8.8)	25 (26.1)	14 (14.0)	7 (6.6)	7 (3.5)	59 (59.0)		
25,001 บาทขึ้นไป	16 (11.6)	29 (34.5)	23 (18.5)	8 (8.7)	2 (4.7)	78 (78.0)		
รวม	57 (57.0)	170 (170.0)	91 (91.0)	43 (43.0)	23 (23.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 64 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 10.485 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.233 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 65 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 200 บาท	200-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป			
ไม่เกิน 15,000 บาท	21 (20.6)	152 (153.1)	58 (57.2)	16 (16.1)	247 (247.0)	5.683	0.460
15,001-25,000 บาท	3 (4.9)	36 (36.6)	13 (13.7)	7 (3.8)	59 (59.0)		
25,001 บาท ขึ้นไป	8 (6.5)	50 (48.3)	18 (18.1)	2 (5.1)	78 (78.0)		
รวม	32 (32.0)	238 (238.0)	89 (89.0)	25 (25.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 65 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 5.683 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.233 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 66 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความถี่ในการมาใช้บริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการมาใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	ปีละ 1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง			
ไม่เกิน 15,000 บาท	13 (12.2)	67 (70.1)	101 (93.9)	25 (23.2)	41 (47.6)	247 (247.0)	10.698	0.219
15,001-25,000 บาท	0 (2.9)	19 (16.7)	22 (22.4)	3 (5.5)	15 (11.4)	59 (59.0)		
25,001 บาทขึ้นไป	6 (3.9)	23 (22.1)	23 (29.7)	8 (7.3)	18 (15.0)	78 (78.0)		
รวม	19 (19.0)	109 (109.0)	146 (146.0)	36 (36.0)	74 (74.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 66 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 10.698 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.219 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 67 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

อาชีพ	เหตุผลที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อยล้า จากการทำงาน/การท่องเที่ยว	เพื่อบำบัดและรักษาโรค เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	เพื่อดูแลเกี่ยวกับ สุขภาพ	ต้องการทดลองใช้ บริการ			
นักเรียน/นักศึกษา	20 (17.3)	5 (7.8)	6 (5.8)	3 (3.1)	34 (34.0)	6.214	0.905
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	65 (68.6)	35 (30.9)	22 (23.2)	13 (12.3)	135 (135.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	21 (22.3)	8 (10.1)	9 (7.6)	6 (4.0)	44 (44.0)		
พนักงานบริษัท/ โรงงาน	44 (40.1)	15 (18.1)	14 (13.6)	6 (7.2)	79 (79.0)		
รับจ้างทั่วไป/ แม่บ้าน	45 (46.7)	25 (21.1)	15 (15.8)	7 (8.4)	92 (92.0)		
รวม	195 (195.0)	88 (88.0)	66 (66.0)	35 (35.0)	384 (384.)		

จากตาราง 67 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.214 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.905 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ (เนื่องจากค่า Expected Count ที่มีค่าน้อยกว่า 5 เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์แล้วเกินกว่าค่ามาตรฐานทางสถิติที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงรวมกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพแม่บ้านเป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการนวดแผนไทย) รายละเอียดแสดงดังตาราง 64-69



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 68 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับลักษณะ/ประเภทการให้บริการ

อาชีพ	ลักษณะ/ประเภทการให้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ชาวไทย/นวด ราชสำนัก/นวดกดจุด/ นวดฝ่าเท้า	นวดศีรษะ/นวดคอ/ นวดบ่า/นวดหลัง	นวดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอม จากสมุนไพร)/นวดและ ปะคบสมุนไพร	พอกหน้า/ขัดตัวด้วย โคลนและสมุนไพร/ นวดกระชับสัดส่วน/ ทำทริทเมนต์			
นักเรียน/ นักศึกษา	14	9	4	7	34	10.328	0.587
	15.3	10.1	5.0	3.6	34.0		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	65	37	22	11	135		
	60.8	40.1	19.7	14.4	135.0		
ธุรกิจส่วนตัว	14	17	7	6	44		
	19.8	13.1	6.4	4.7	44.0		
พนักงานบริษัท/ โรงงาน	40	20	11	8	79		
	35.6	23.5	11.5	8.4	79.0		
รับจ้างทั่วไป/ แม่บ้าน	40	31	12	9	92		
	41.4	27.3	13.4	9.8	92.0		
รวม	173	114	56	41	384		
	173.0	114.0	56.0	41.0	384.0		

จากตาราง 68 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 10.328 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.587 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะ/ประเภทการให้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 69 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

อาชีพ	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	ช่วงเวลากลาง (12.01-16.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (16.01-19.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)			
นักเรียน/ นักศึกษา	2 (3.2)	9 (6.6)	12 (14.0)	11 (10.2)	34 (34.0)	13.329	0.346
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	13 (12.7)	21 (26.4)	62 (55.5)	39 (40.4)	135 (135.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	4 (4.1)	13 (8.6)	13 (18.1)	14 (13.2)	44 (44.0)		
พนักงานบริษัท/ โรงงาน	7 (7.4)	9 (15.4)	38 (32.5)	25 (23.7)	79 (79.0)		
รับจ้างทั่วไป/ แม่บ้าน	10 (8.6)	23 (18.0)	33 (37.9)	26 (27.6)	92 (92.0)		
รวม	36 (36.0)	75 (75.0)	158 (158.0)	115 (115.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 69 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 13.329 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.346 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 70 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการใช้บริการ

อาชีพ	ระยะเวลาในการใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง			
นักเรียน/นักศึกษา	4 (5.0)	17 (15.1)	7 (8.1)	3 (3.8)	3 (2.0)	34 (34.0)	8.728	0.924
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24 (20.0)	53 (59.8)	37 (32.0)	15 (15.1)	6 (8.1)	135 (135.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	5 (6.5)	22 (19.5)	9 (10.4)	4 (4.9)	4 (2.6)	44 (44.0)		
พนักงานบริษัท/โรงงาน	12 (11.7)	35 (35.0)	20 (18.7)	7 (8.8)	5 (4.7)	79 (79.0)		
รับจ้างทั่วไป/แม่บ้าน	12 (13.7)	43 (40.7)	18 (21.8)	14 (10.3)	5 (5.5)	92 (92.0)		
รวม	57 (57.0)	170 (170.0)	91 (91.0)	43 (43.0)	23 (23.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 70 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 8.728 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.924 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 71 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 200 บาท	200-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป			
นักเรียน/นักศึกษา	1 (2.8)	21 (21.1)	9 (7.9)	3 (2.2)	34 (34.0)	7.845	0.797
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11 (11.3)	85 (83.7)	32 (31.3)	7 (8.8)	135 (135.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	3 (3.7)	29 (27.3)	8 (10.2)	4 (2.9)	44 (44.0)		
พนักงานบริษัท/โรงงาน	5 (6.6)	53 (49.0)	16 (18.3)	5 (5.1)	79 (79.0)		
รับจ้างทั่วไป/แม่บ้าน	12 (7.7)	50 (57.0)	24 (21.3)	6 (6.0)	92 (92.0)		
รวม	32 (32.0)	238 (238.0)	89 (89.0)	25 (25.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 71 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 7.845 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.797 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 72 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการมาใช้บริการ

อาชีพ	ความถี่ในการมาใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	ปีละ 1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง			
นักเรียน/ นักศึกษา	0 (1.7)	10 (9.7)	15 (12.9)	2 (3.2)	7 (6.6)	34 (34.0)	16.265	0.435
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	5 (6.7)	38 (38.3)	50 (51.3)	12 (12.7)	30 (26.0)	135 (135.0)		
ธุรกิจส่วนตัว	1 (2.2)	9 (12.5)	18 (16.7)	7 (4.1)	9 (8.5)	44 (44.0)		
พนักงานบริษัท/ โรงงาน	5 (3.9)	29 (22.4)	23 (30.0)	7 (7.4)	15 (15.2)	79 (79.0)		
รับจ้างทั่วไป/ แม่บ้าน	8 (4.6)	23 (26.1)	40 (35.0)	8 (8.6)	13 (17.7)	92 (92.0)		
รวม	19 (19.0)	109 (109.0)	146 (146.0)	36 (36.0)	74 (74.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 72 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 16.265 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.435 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 73 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลที่มาใช้บริการ

ระดับการศึกษา	เหตุผลที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อผ่อนคลายอาการเหนื่อยล้า	เพื่อบำบัดและรักษาโรค	เพื่อดูแลเกี่ยวกับ	ต้องการทดลอง			
	จากการทำงาน/การท่องเที่ยว	เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	สุขภาพ	ใช้บริการ			
ไม่เกิน							
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	43 (45.2)	23 (20.4)	15 (15.3)	8 (8.1)	89 (89.0)	0.882	0.990
อนุปริญญา/ปวส.	33 (33.5)	14 (15.1)	12 (11.3)	7 (6.0)	66 (66.0)		
ปริญญาตรี/ สูงกว่าปริญญาตรี	119 (116.3)	51 (52.5)	39 (39.4)	20 (20.9)	229 (229.0)		
รวม	195 (195.0)	88 (88.0)	66 (66.0)	35 (35.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 73 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.882 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.990 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ (เนื่องจากค่า Expected Count ที่มีค่าน้อยกว่า 5 เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์แล้วเกินกว่าค่ามาตรฐานทางสถิติที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงรวมกลุ่มลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการนวดแผนไทย) รายละเอียดแสดงดังตาราง 70-75





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 74 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับลักษณะ/ประเภทการให้บริการ

ระดับการศึกษา	ลักษณะ/ประเภทการให้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ขนาดไทย/ขนาด ราชสำนัก/ขนาดคจจุค/ ขนาดฝ่าเท้า	ขนาดศีรษะ/ขนาดคอ/ ขนาดบ่า/ขนาดหลัง	ขนาดน้ำมันโรมา (น้ำมันหอมจาก สมุนไพร)/ขนาดและ ปะคบสมุนไพร	พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลน และสมุนไพร/ขนาดกระชับ สัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์			
ไม่เดิน	39	28	12	10	89	0.710	0.994
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	(40.1)	(26.4)	(13.0)	(9.5)	(89.0)		
อนุปริญญา/ปวส.	28	20	10	8	66		
ปริญญาตรี/ สูงกว่าปริญญาตรี	(29.7)	(19.6)	(9.6)	(7.0)	(66.0)		
	106	66	34	23	229		
	(103.2)	(68.0)	(33.4)	(24.5)	(229.0)		
รวม	173	114	56	41	384		
	(173.0)	(114.0)	(56.0)	(41.0)	(384.0)		

จากตาราง 74 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 0.710 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.994 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha=0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะ/ประเภทการให้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 75 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	ช่วงเวลากลาง (12.01-16.00 น.)	ช่วงเวลาเย็น (16.01-19.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)			
ไม่เกินมัธยมศึกษา	7	26	33	23	89	10.700	0.098
ตอนปลาย/ปวช.	(8.3)	(17.4)	(36.6)	(26.7)	(89.0)		
อนุปริญญา/ปวศ.	7	6	33	20	66		
ปริญญาตรี/ สูงกว่าปริญญาตรี	(6.2)	(12.9)	(27.2)	(19.8)	(66.0)		
รวม	22	43	92	72	229		
	(21.5)	(44.7)	(94.2)	(68.6)	(229.0)		
รวม	36	75	158	115	384		
	(36.0)	(75.0)	(158.0)	(115.0)	(384.0)		

จากตาราง 75 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 10.700 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.098 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 76 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาในการใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง			
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	12 (13.2)	45 (39.4)	20 (21.1)	6 (10.0)	6 (5.3)	89 (89.0)	12.510	0.130
อนุปริญญา/ปวศ.	9 (9.8)	26 (29.2)	13 (15.6)	15 (7.4)	3 (4.0)	66 (66.0)		
ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี	36 (34.0)	99 (101.4)	58 (54.3)	22 (25.6)	14 (13.7)	229 (229.0)		
รวม	57 (57.0)	170 (170.0)	91 (91.0)	43 (43.0)	23 (23.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 76 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 12.510 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.130 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 77 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 200 บาท	200-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป			
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	11 (7.4)	52 (55.2)	19 (20.6)	7 (5.8)	89 (89.0)	9.952	0.127
อนุปริญญา/ปวศ.	2 (5.5)	38 (40.9)	23 (15.3)	3 (4.3)	66 (66.0)		
ปริญญาตรี/ สูงกว่าปริญญาตรี	19 (19.1)	148 (141.9)	47 (53.1)	15 (14.9)	229 (229.0)		
รวม	32 (32.0)	238 (238.0)	89 (89.0)	25 (25.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 77 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 9.952 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.127 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 78 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการมาใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการมาใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	ปีละ 1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง			
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	5 (4.4)	21 (25.3)	34 (33.8)	9 (8.3)	20 (17.2)	89 (89.0)	2.683	0.953
อนุปริญญา/ปวศ.	3 (3.3)	19 (18.7)	25 (25.1)	8 (6.2)	11 (12.7)	66 (66.0)		
ปริญญาตรี/ สูงกว่าปริญญาตรี	11 (11.3)	69 (65.0)	87 (87.1)	19 (21.5)	43 (44.1)	229 (229.0)		
รวม	19 (19.0)	109 (109.0)	146 (146.0)	36 (36.0)	74 (74.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 78 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 2.683 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.953 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 79 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับเหตุผลที่มาใช้บริการ

สถานภาพสมรส	เหตุผลที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	เพื่อผ่อนคลายอาการ เหนื่อยล้าจากการ ทำงาน/การท่องเที่ยว	เพื่อบำบัดและรักษาโรค เกี่ยวกับกล้ามเนื้อ	เพื่อดูแลเกี่ยวกับ สุขภาพ	ต้องการทดลองใช้ บริการ			
โสด	70 (71.1)	27 (32.1)	27 (24.1)	16 (12.8)	140 (140.0)	3.153	0.369
สมรส/หย่าร้าง/ หม้าย	125 (123.9)	61 (55.9)	39 (41.9)	19 (22.2)	244 (244.0)		
รวม	195 (195.0)	88 (88.0)	66 (66.0)	35 (35.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 79 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 3.153 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.369 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่มาใช้บริการ (เนื่องจากค่า Expected Count ที่มีค่าน้อยกว่า 5 เมื่อคิดเป็นเปอร์เซ็นต์แล้วเกินกว่าค่ามาตรฐานทางสถิติที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงรวมกลุ่มลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสและหย่าร้าง/หม้ายเป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการนวดแผนไทย) รายละเอียดแสดงดังตาราง 76-81



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 80 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ขนาดไทย/ขนาดราชสำนัก/ขนาดกคจคจ/ขนาดฟ้าเท้า	ขนาดสีเขียว/ขนาดคอก/ขนาดบ่า/ขนาดหลัง	ขนาดน้ำมันอโรมา (น้ำมันหอมจากสมุนไพร)/ขนาดและปะคบสมุนไพร	พอกหน้า/ขัดตัวด้วยโคลนและสมุนไพร/ขนาดกระชับสัดส่วน/ทำทรีทเม้นต์			
โสด	53 (63.1)	46 (41.6)	21 (20.4)	20 (14.9)	140 (140.0)	5.991	0.112
สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	120 (109.9)	68 (72.4)	35 (35.6)	21 (26.1)	244 (244.0)		
รวม	173 (173.0)	114 (114.0)	56 (56.0)	41 (41.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 80 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 5.991 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.112 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะ/ประเภทการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 81 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ช่วงเวลาเช้า (08.30-12.00 น.)	ช่วงเวลากลาง (12.01-16.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (16.01-19.00 น.)	ช่วงเวลาค่ำ (19.01-22.00 น.)			
โสด	11 (13.1)	32 (27.3)	55 (57.6)	42 (41.9)	140 (140.0)	1.975	0.578
สมรส/หย่าร้าง/ หม้าย	25 (22.9)	43 (47.7)	103 (100.4)	73 (73.1)	244 (244.0)		
รวม	36 (36.0)	75 (75.0)	158 (158.0)	115 (115.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 81 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 1.975 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.578 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาใช้บริการ





# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 82 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาในการใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ระยะเวลาในการใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ครึ่งชั่วโมง	1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมงครึ่ง	2 ชั่วโมง	มากกว่า 2 ชั่วโมง			
โสด	20 (20.8)	69 (62.0)	27 (33.2)	12 (15.7)	12 (8.4)	140 (140.0)	6.917	0.140
สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	37 (36.2)	101 (108.0)	64 (57.8)	31 (27.3)	11 (14.6)	244 (244.0)		
รวม	57 (57.0)	170 (170.0)	91 (91.0)	43 (43.0)	23 (23.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 82 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 6.917 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.140 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 83 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ				รวม	$\chi^2$	Sig.
	ต่ำกว่า 200 บาท	200-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป			
โสด	10 (11.7)	89 (86.8)	28 (32.4)	13 (9.1)	140 (140.0)	4.031	0.258
สมรส/หย่าร้าง/ หม้าย	22 (20.3)	149 (151.2)	61 (56.6)	12 (15.9)	244 (244.0)		
รวม	32 (32.0)	238 (238.0)	89 (89.0)	25 (25.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 83 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 4.031 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.258 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการ



# มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 84 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับความถี่ในการมาใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการมาใช้บริการ					รวม	$\chi^2$	Sig.
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 1-2 ครั้ง	ปีละ 1-2 ครั้ง	นานๆ ครั้ง			
โสด	7 (6.9)	39 (39.7)	57 (53.2)	15 (13.1)	22 (27.0)	140 (140.0)	2.311	0.679
สมรส/หย่าร้าง/ หม้าย	12 (12.1)	70 (69.3)	89 (92.8)	21 (22.9)	52 (47.0)	244 (244.0)		
รวม	19 (19.0)	109 (109.0)	146 (146.0)	36 (36.0)	74 (74.0)	384 (384.0)		

จากตาราง 84 พบว่า ค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้มีค่า 2.311 โดยมีนัยสำคัญที่คำนวณได้เท่ากับ 0.679 ซึ่งมีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ ( $\alpha = 0.05$ ) แสดงว่าสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการมาใช้บริการ