

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา
วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตเทศบาล จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์
ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการศึกษานี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย
ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน ค่าสถิติทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
F	แทน สถิติที่ใช้เปรียบเทียบใน F - distribution
*	แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
p-value	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)

ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา
- ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบความ

พึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านต่าง ๆ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางการหาค่าสถิติทดสอบ t -test

ผลการเปรียบเทียบ ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามอายุ การศึกษา รายได้ และความถี่การใช้บริการ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน F -test (Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe')

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่แล้วสรุปผลออกมาเป็นคำร้อยละ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานะภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ มาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ร้อยละ โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 396)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	114	28.86
หญิง	282	71.14
รวม	396	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n = 396)	ร้อยละ
2. อายุ		
20 ปีลงมา	32	7.85
21 - 30 ปี	102	25.82
31 - 40 ปี	168	42.53
41 ปีขึ้นไป	94	23.80
รวม	396	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	58	14.68
ปริญญาตรี	283	71.39
สูงกว่าปริญญาตรี	55	13.92
รวม	396	100.00
4. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	34	8.61
5,001 – 10,000 บาท	110	27.85
10,001 – 15,000 บาท	133	33.42
สูงกว่า 15,001 บาท	119	30.13
รวม	396	100.00
5. ความถี่ในการใช้บริการ		
1 – 2 ครั้ง	69	17.47
3 – 4 ครั้ง	226	56.96
มากกว่า 4 ครั้ง	101	25.57
รวม	396	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.14) มีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 42.53) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 25.82) ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 71.39) รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 14.68) มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 33.42) รองลงมา คือ มากกว่า 15,001 บาท (ร้อยละ 30.13) และความถี่ในการใช้บริการใน 1 เดือน 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 56.96) รองลงมา คือ มากกว่า 4 ครั้ง (ร้อยละ 25.57)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อแปลความหมายโดยรวม และรายด้าน ซึ่งปรากฏดังตารางที่ 2-9

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.84	0.74	มาก
2. ด้านราคา	3.81	0.74	มาก
3. ด้านสถานที่ให้บริการ	3.60	0.77	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.89	0.72	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.86	0.69	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.81	0.73	มาก
7. ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	3.86	0.71	มาก
โดยรวม	3.81	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดของธุรกิจสปา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.10 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.32 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก

ทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.89$) ด้านบุคลากร ($\bar{X}=3.86$) ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ($\bar{X}=3.86$) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X}=3.84$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=3.81$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=3.81$) และด้านสถานที่ให้บริการ ($\bar{X}=3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นรายชื่อ

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. รายการในสปาเมนูมีให้เลือกอย่างหลากหลาย	3.83	0.61	มาก
2. การบริการแพ็คเกจให้เลือกอย่างหลากหลาย	3.86	0.78	มาก
3. บรรยากาศในห้องนวดสะอาด อากาศถ่ายเท ได้สะดวก	3.80	0.74	มาก
4. คนตรีบรรเลงในห้องนวด เพื่อการบำบัด	3.82	0.75	มาก
5. ความสะอาดของอุปกรณ์ เครื่องใช้ เช่น ผู้ปฏิบัติงาน ผ้าขนหนู เสื้อคลุม เป็นต้น	3.89	0.81	มาก
โดยรวม	3.84	0.74	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดของธุรกิจสปา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.80–3.89 เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปหาต่ำ 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ ($\bar{X}=3.89$) ลำดับที่ 2 การบริการแพ็คเกจมีให้เลือกอย่างหลากหลาย ($\bar{X}=3.86$) ลำดับที่ 3 รายการในสปาเมนูมีให้เลือกอย่างหลากหลาย ($\bar{X}=3.83$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
บริการของรัฐกิจสภา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านราคา เป็นรายข้อ

ส่วนประสมตลาดบริการของรัฐกิจสภา ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน	3.87	0.73	มาก
2. สามารถชำระค่าบริการได้หลายรูปแบบ	3.75	0.78	มาก
3. ความเหมาะสมของราคาที่กำหนดสำหรับแพ็คเกจ	3.75	0.75	มาก
4. ความเหมาะสมของราคาในแต่ละรายการ ในเมนูสภา	3.82	0.84	มาก
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.85	0.73	มาก
โดยรวม	3.81	0.74	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
ของรัฐกิจสภา ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.75 – 3.87 ซึ่งสามารถ
เรียงตามลำดับจากสูงไปหาต่ำ 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
($\bar{X}=3.85$) ลำดับที่ 2 มีป้ายบอกราคาค่าบริการที่ชัดเจน ($\bar{X}=3.87$) ลำดับที่ 3 ความเหมาะสมของ
ราคาในแต่ละรายการในเมนูสภา ($\bar{X}=3.82$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
บริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานที่และช่องทางการ
จัดจำหน่าย เป็นรายชื่อ

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ระยะเวลาการเปิด - ปิด สถานที่ให้บริการ	3.81	0.77	มาก
2. สามารถติดต่อรับบริการล่วงหน้าได้	3.78	0.72	มาก
3. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการ เดินทาง	3.91	0.84	มาก
4. มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ	3.74	0.77	มาก
5. มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่	3.64	0.76	มาก
โดยรวม	3.60	0.77	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
ของธุรกิจสปา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ
3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง
3.64–3.91 ซึ่งสามารถเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปหาค่า 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1
สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=3.91$) ลำดับที่ 2 มีความสะดวกด้าน
สถานที่จอดรถ ($\bar{X}=3.84$) ลำดับที่ 3 ระยะเวลาการเปิด-ปิดสถานที่ให้บริการ ($\bar{X}=3.81$)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
บริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการส่งเสริมการตลาด
เป็นรายข้อ

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. เอกสาร/คู่มือแนะนำเกี่ยวกับ สปาและบริการ	3.79	0.71	มาก
2. การโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์	3.94	0.74	มาก
3. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับ สปา ทางจดหมาย	3.99	0.69	มาก
4. ระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	3.85	0.72	มาก
5. บริการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ โดยสะสมเป็นแต้ม/คูปอง	3.88	0.76	มาก
โดยรวม	3.89	0.72	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
ของธุรกิจสปา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ 3.89
พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.79 – 3.99
เรียงตามลำดับจากค่าสูงไปหาค่าต่ำ 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 การประชาสัมพันธ์
ข่าวสารเกี่ยวกับสปา ($\bar{X}=3.99$) ลำดับที่ 2 การโฆษณาในวิทยุและสิ่งพิมพ์ ($\bar{X}=3.94$)
ลำดับที่ 3 บริการให้ส่วนลดตามระยะเวลาการให้บริการ โดยสะสมเป็นแต้ม/คูปอง ($\bar{X}=3.88$)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
บริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ผู้ควบคุมมีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ	3.86	0.70	มาก
2. ผู้ควบคุมมีบุคลิกภาพดีมารยาท	3.92	0.74	มาก
3. ผู้ควบคุมแต่งกายสะอาด เรียบร้อย เหมาะสม	3.85	0.70	มาก
4. ผู้ควบคุมมีความตั้งใจกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.89	0.77	มาก
5. ผู้ควบคุมเข้าใจความต้องการสามารถให้คำแนะนำ ลูกค้าและแก้ไขปัญหาได้ดี	3.79	0.70	มาก
โดยรวม	3.86	0.69	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
ของธุรกิจสปา ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ 3.86 พิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.85 – 3.92 ซึ่งสามารถเรียงลำดับ
จากค่าเฉลี่ยสูงไปหาต่ำ 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ผู้ควบคุมมีบุคลิกภาพดี มีมารยาท
($\bar{X} = 3.92$) ลำดับที่ 2 ผู้ควบคุมมีความตั้งใจและกระตือรือร้นการให้บริการ ($\bar{X} = 3.89$) ลำดับที่ 3
ผู้ควบคุมมีประกาศนียบัตรการอบรมวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.86$)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
บริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านกระบวนการ เป็นรายชื่อ

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อเพื่อรับ บริการ	3.78	0.69	มาก
2. ระยะเวลาของการให้บริการ ในแต่ละบริการ มีความเหมาะสม	3.82	0.75	มาก
3. ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ	3.92	0.77	มาก
4. กระบวนการในการบริการทำให้เกิดความ ผ่อนคลาย	3.71	0.70	มาก
5. มีลำดับขั้นตอนการบริการที่เหมาะสม	3.83	0.78	มาก
โดยรวม	3.81	0.73	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
ของธุรกิจสปา ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ 3.81 พิจารณาเป็น
รายชื่อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.71 – 3.92 ซึ่งสามารถ
เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปหาต่ำ 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ความตรงต่อเวลาในการ
ให้บริการ ($\bar{X} = 3.92$) ลำดับที่ 2 มีลำดับขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.83$)
ลำดับที่ 3 ระยะเวลาของการให้บริการ ในแต่ละบริการมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.82$)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
บริการของธุรกิจสปา ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ
เป็นรายชื่อ

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ	3.82	0.73	มาก
2. การตกแต่งสถานที่ที่เป็นแบบธรรมชาติ	3.92	0.76	มาก
3. การตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แบบไทย แบบยุโรป	3.92	0.65	มาก
4. สถานบริการมีใบรับรองเป็นผู้ประกอบการตาม มาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข	3.72	0.71	มาก
5. ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาน ประกอบการ	3.90	0.70	มาก
โดยรวม	3.86	0.71	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาด
ของธุรกิจสปา ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ 3.86
พิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.72 – 3.9 ซึ่ง
สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงไปหาค่า 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 การตกแต่งสถานที่ที่เป็น
แบบธรรมชาติ และการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ ($\bar{X}=3.92$) ลำดับที่ 2 ความมีชื่อเสียงและ
ความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการ ($\bar{X}=3.90$) ลำดับที่ 3 ความสะอาดของห้องน้ำ
ห้องอาบน้ำ ($\bar{X}=3.82$)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดธุรกิจสปา
วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา
วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านต่าง ๆ โดยนำเสนอ
ในรูปแบบตารางการหาค่าสถิติทดสอบ t -test ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา
ของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ที่มีเพศแตกต่างกัน

ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ สปา	หญิง		ชาย		t	p-value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.98	0.64	3.90	0.59	1.825	0.069
2. ด้านราคา	4.01	0.48	3.70	0.64	1.025	0.306
3. ด้านสถานที่และช่องทางการ การจัดจำหน่าย	4.12	0.55	3.97	0.54	0.665	0.507
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.64	0.59	3.71	0.64	1.093	0.275
5. ด้านบุคลากร	4.05	0.46	4.10	0.45	0.991	0.322
6. ด้านกระบวนการ	3.99	0.52	4.02	0.48	0.692	0.489
7. ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	4.12	0.49	3.94	0.55	0.723	0.471
โดยรวม	3.92	0.36	3.93	0.33	1.724	0.086

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาเพศหญิงและชายมีความพึงพอใจ
เกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาโดยรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์
และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด
ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบ ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามอายุ การศึกษา รายได้ และความถี่การใช้บริการ โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน *F*-test (Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe')

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ที่มีอายุแตกต่างกัน

ส่วนประสมตลาดบริการ ของธุรกิจสปา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	<i>F</i>	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.371	0.124	1.200	0.312
	ภายในกลุ่ม	396	35.349	0.090		
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	0.154	0.051	0.037	0.990
	ภายในกลุ่ม	396	26.518	0.068		
3. ด้านสถานที่และ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.890	0.297	0.073	0.975
	ภายในกลุ่ม	396	27.972	0.071		
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	0.039	0.013	0.453	0.715
	ภายในกลุ่ม	396	27.541	0.070		
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.335	0.112	0.611	0.609
	ภายในกลุ่ม	396	25.137	0.064		
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.235	0.078	2.592	0.055
	ภายในกลุ่ม	396	29.107	0.074		
7. ด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.161	0.054	1.101	0.351
	ภายในกลุ่ม	396	28.236	0.072		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.014	0.005	0.493	0.687
	ภายในกลุ่ม	396	13.259	0.034		

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคพาสินี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ส่วนประสมตลาดบริการ ของธุรกิจสปา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.233	0.116	2.095	0.124
	ภายในกลุ่ม	396	35.487	0.090		
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.134	0.067	2.832	0.060
	ภายในกลุ่ม	396	26.538	0.068		
3. ด้านสถานที่และ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	0.861	0.430	4.694	0.010*
	ภายในกลุ่ม	396	28.001	0.071		
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.001	0.000	1.293	0.276
	ภายในกลุ่ม	396	27.579	0.070		
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.049	0.025	2.380	0.094
	ภายในกลุ่ม	396	25.423	0.065		
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.099	0.049	2.672	0.705
	ภายในกลุ่ม	396	29.243	0.074		
7. ด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.028	0.014	2.672	0.070
	ภายในกลุ่ม	396	28.369	0.072		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.047	0.024	3.130	0.045*
	ภายในกลุ่ม	396	13.225	0.034		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านสถานที่ และช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของผู้ใช้บริการด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายตลาดบริการธุรกิจสปา วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา จำแนกตามระดับการศึกษา รายละเอียดตามตารางที่ 13-15

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.03	3.64	3.52
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.03	-	.003*	.026*
ปริญญาตรี	3.64		-	.751
สูงกว่าปริญญาตรี	3.52			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจเกี่ยวกับ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย สูงกว่ากลุ่มปริญญาตรี และกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา
ของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ที่มีรายได้แตกต่างกัน

ส่วนประสมตลาดบริการ ของธุรกิจสปา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.183	0.061	4.045	0.008*
	ภายในกลุ่ม	396	35.537	0.091		
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	0.051	0.017	0.335	0.800
	ภายในกลุ่ม	396	26.620	0.068		
3. ด้านสถานที่และ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	1.277	0.426	0.552	0.648
	ภายในกลุ่ม	396	27.585	0.070		
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	0.112	0.037	0.678	0.567
	ภายในกลุ่ม	396	27.468	0.070		
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	0.504	0.168	1.139	0.335
	ภายในกลุ่ม	396	24.968	0.064		
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.150	0.050	0.082	0.970
	ภายในกลุ่ม	396	29.192	0.074		
7. ด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.090	0.030	2.127	0.099
	ภายในกลุ่ม	396	28.307	0.072		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.076	0.025	1.092	0.355
	ภายในกลุ่ม	396	13.197	0.034		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปาโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์และ

การนำเสนอ ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการธุรกิจสปา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน รายละเอียดตามตารางที่ 15

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการธุรกิจสปา ของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ด้านผลิตภัณฑ์และการนำเสนอ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	5,000 บาท	5,001-10,000	10,001-	มากกว่า
		ลงมา	บาท	15,000 บาท	15,001 บาท
		4.46	3.99	3.93	3.80
5,000 บาทลงมา	4.46	-	.118	.068	.010*
5,001 - 10,000 บาท	3.99		-	.978	.498
10,001-15,000 บาท	3.93			-	.783
มากกว่า 15,001 บาท	3.80				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีรายได้ 5,000 บาทลงมา มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ สูงกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา
ของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ที่มีความถี่ในการใช้บริการ
เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ส่วนประสมตลาดบริการ ของธุรกิจสปา	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.646	0.323	1.219	0.140
	ภายในกลุ่ม	396	35.074	0.089		
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.015	0.007	1.519	0.107
	ภายในกลุ่ม	396	26.657	0.068		
3. ด้านสถานที่และ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	0.864	0.432	1.124	0.334
	ภายในกลุ่ม	396	27.997	0.071		
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.111	0.055	1.606	0.069
	ภายในกลุ่ม	396	27.469	0.070		
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.005	0.003	1.515	0.103
	ภายในกลุ่ม	396	25.467	0.065		
6. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.009	0.004	1.066	0.387
	ภายในกลุ่ม	396	29.333	0.075		
7. ด้านภาพลักษณ์และ การนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.007	0.003	1.514	0.103
	ภายในกลุ่ม	396	28.390	0.072		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.004	0.002	1.184	0.285
	ภายในกลุ่ม	396	13.268	0.034		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปาที่มีความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ย
ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา โดยรวม
และรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทาง
การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและ
ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา
ของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา ลักษณะ
คำถามปลายเปิดใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการหาค่าความถี่แล้วสรุปผล
ออกมาเป็นค่าร้อยละ แล้วสรุปผล ดังนี้

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการธุรกิจสปา
ของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาวิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์

ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา	ความถี่
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	
1. ควรมีการเสนอการบริการที่มีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถ เลือกได้ตามต้องการเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ให้บริการ	30
2. ผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการควรมีความหลากหลายและมีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้า สามารถเลือกได้ตามความต้องการ เช่น กลิ่นของสมุนไพร ความเหมาะสม กับสภาพผิว	22
3. ควรจัดรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อนำมาสนใจของผู้ใช้บริการทั้ง ในด้านแพ็คเกจของผลิตภัณฑ์ การบริการ ส่วนลดและราคาต่อแพ็คเกจที่ ลูกค้าพึงพอใจและรับได้	15
4. ควรจัดผลิตภัณฑ์ให้มีความเพียงพอ และหลากหลายต่อความต้องการของ ผู้ใช้บริการ	10
รวม	77
2. ด้านราคา	
1. ควรมีการกำหนดราคาหลายระดับเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการ	20
2. ควรมีการกำหนดส่วนลดเพื่อเป็นการจูงใจให้เข้ามาใช้บริการ	8
3. ควรบริการให้มีความพึงพอใจในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม กับการนวดในบางรายการ	15
รวม	43

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา	ความถี่
3. ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	
1. ควรมีสถานที่ให้บริการจรดที่สะดวกและหาง่าย	50
2. ควรจัดสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับจำนวนของผู้ใช้บริการ	12
3. ควรทำความสะอาดสถานที่ที่เพียงพอแม้ในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการเยอะ	10
4. ควรจัดสถานที่ค่อนข้างเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ	16
5. ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ	5
6. ควรจัดสถานที่ให้ร่มรื่นมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก	14
รวม	107
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	
1. ควรมีการสะสมแต้มเช่น ใช้บริการ 10 ครั้งฟรี 1 ครั้งเป็นต้น	20
2. ควรจัดให้มีส่วนลดพิเศษในบางรายการสำหรับลูกค้าประจำ	15
3. ควรจัดให้มีโปรโมชั่นลดราคาเดือนละ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน	10
รวม	45
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	
1. พนักงานบริการควรมีความรู้และทักษะให้การให้บริการ	5
2. พนักงานควรมีความสามารถในการแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในการใช้บริการ	9
3. ควรจัดหาพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการ	3
4. พนักงานบริการควรมีความเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	11
รวม	28

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา	ความถี่
6. ด้านกระบวนการ	
1. ควรบริการให้ครบตามกระบวนการและต้องบริการเต็มเวลา	7
2. การนวดบางรายการมีผู้ใช้บริการมากควรมีการจัดระบบการบริการให้เหมาะสมเพื่อลดความล่าช้า	3
3. ควรมีรถรับ-ส่งไปยังที่จอดรถ	4
4. ควรบริการที่รวดเร็วและถูกต้องตามข้อกำหนดที่ตกลงกัน	5
รวม	19
7. ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ	
1. ควรจัดห้องให้บริการมีความสะอาดเหมาะสม	21
2. ควรมีการทำความสะอาดห้องอาบน้ำทุกครั้งหลังผู้ใช้บริการใช้แล้ว	12
3. ควรตกแต่งมีความเป็นเอกลักษณ์และลงตัว	4
4. ควรมีพื้นที่สถานที่ให้บริการเป็นส่วนตัว	8
รวม	45

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจสปา จำนวน 364 คน (ร้อยละ 91.92) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจสปา วิทยาลัยเทคนิคกาฬสินธุ์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อย ควรมีการเสนอการบริการที่มีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกได้ตามต้องการเพิ่มขึ้นจากเดิมที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ที่นำมาให้บริการควรมีความหลากหลายและมีคุณภาพเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการ เช่น กลิ่นของสมุนไพร ความเหมาะสมกับสภาพผิว ควรจัดรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อให้น่าสนใจของผู้ใช้บริการ ทั้งในด้านแพ็คเกจของผลิตภัณฑ์ การบริการ ส่วนลดและราคาต่อแพ็คเกจที่ลูกค้าพึงพอใจและรับได้ ควรจัดผลิตภัณฑ์ที่มีความเพียงพอ และหลากหลายต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านราคา ลำดับจากความถี่จากมากไปหาน้อย ควรมีการกำหนดราคาหลายระดับเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการควรบริการให้มีความพึงพอใจในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการนวดในบางรายการ ควรมีการกำหนดส่วนลดเพื่อเป็นการจูงใจให้เข้ามาใช้บริการ ด้านสถานที่และช่องทางการ

จัดจำหน่ายลำดับจากความถี่จากมากไปหาน้อย ควรมีสถานที่ให้บริการจอดรถที่สะดวกและ
 ง่ายดาย ควรจัดสถานที่ให้เหมาะสมและเป็นที่พักพอใจของผู้ใช้บริการ ควรจัดสถานที่ให้ร่มรื่น
 มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ควรจัดสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสมกับจำนวนของผู้ใช้บริการ
 ควรทำความสะอาดสถานที่ให้เพียงพอแม้ในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการเยอะ ควรมีระบบรักษา
 ความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ด้านการส่งเสริมการตลาดลำดับจากความถี่จากมากไปหาน้อย
 ควรมีการสะสมแต้มเช่น ใช้บริการ 10 ครั้งฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น ควรจัดให้มีส่วนลดพิเศษใน
 บางรายการสำหรับลูกค้าประจำ ควรจัดให้มีโปรโมชั่นลดราคาเดือนละ 1 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน
 ด้านบุคลากรให้บริการลำดับจากความถี่จากมากไปหาน้อย พนักงานบริการควรมีความ
 เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ พนักงานควรมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล
 ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในการใช้บริการ พนักงานบริการควรมีความรู้และทักษะการ
 ให้บริการ ควรจัดหาพนักงานให้เพียงพอต่อการบริการ ด้านกระบวนการลำดับจากความถี่
 จากมากไปหาน้อย ควรบริการให้ครบตามกระบวนการและต้องบริการเต็มเวลา ควรบริการ
 ที่รวดเร็วและถูกต้องตามข้อกำหนดที่ตกลงกัน ควรมีรถรับ-ส่งไปยังที่จอดรถ การนวด
 บางรายการมีผู้ใช้บริการมากควรมีการจัดระบบการบริการให้เหมาะสมเพื่อลดความล่าช้า
 ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอลำดับจากความถี่จากมากไปหาน้อย ควรจัดห้องให้บริการ
 มีความสะอาดเหมาะสม ควรมีการทำความสะดวกห้องอาบน้ำทุกครั้งหลังผู้ใช้บริการใช้แล้ว
 ควรมีพื้นที่สถานที่ให้บริการเป็นส่วนตัว ควรตกแต่งมีความเป็นเอกลักษณ์และลงตัว