

# ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ

## ในเขตกรุงเทพมหานคร

หลิว จินทิง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากประชาชนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตนเองและมีความคิดอย่างอิสระ จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการเลือกแบบง่ายด้วยวิธีสุ่ม เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1)ด้านผลิตภัณฑ์ หรือบริการด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ให้บริการ มีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีอายุระหว่าง 28-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.80 และเป็นกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.50

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ นวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ กรุงเทพฯ

### ABSTRACT

The objectives of this research: 1) to study factors affecting the decision to use Thai massage for health. in Bangkok; and 2) to study factors affecting the decision to use traditional Thai massage services for health, classified by gender, age, educational level Monthly income, occupation.

This research is quantitative research. The population were people living in Bangkok who are aged 18 years and over. Because this group of people is a group that has The power to make decisions for oneself and have independent thinking, a total of 400 samples, which were obtained through simple random selection. The tool used

was a questionnaire, analyzed with a ready-made computer program. and statistics used Data analysis includes mean, percentage and standard deviation.

The research finding were found that: 1) Product side or location services and marketing promotion There are significantly different opinions. Statistically at the .01 level for price, personnel, and physical environment. And regarding the process of providing services, there were different opinions; and 2) the factors affecting the decision to use Thai massage for health were found that the majority of the sample group were female. Accounting for 59.50 percent, they were between 28-37 years old, accounting for 34.80 percent. Most of them studied at the bachelor's level. Accounting for 66.30 percent, they have an average monthly income ranging from 15,001-25,000 baht, accounting for 57.80 percent, and they are a group of civil servants/state enterprise employees. Accounting for 47.50 percent.

**Keywords:** Decision, Thai Massage For Health, Bangkok

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การนวดไทยนับเป็นภูมิปัญญาอันล้ำค่าของคนไทยที่มีประวัติและเรื่องราวสืบทอดกันมาช้านาน การนวดหรือหัตถเวชเป็นการรักษาโรควิธีหนึ่ง ซึ่งมีผลทางการรักษาโรคบางโรคได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะโรคที่ไม่สามารถบำบัดได้ด้วยการใช้ยาชนิดหรือยากิน การนวดจึงมีบทบาทสำคัญอย่างหนึ่งในการรักษาโรค ดังจะเห็นได้ว่าการนวดมีบทบาทสำคัญในการรักษาโรคตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเชื่อว่าการนวดมีการเริ่มต้นมาจากการช่วยเหลือกันเองภายในครอบครัว เช่น สามีนวดให้ภรรยา ภรรยา นวดให้สามี ลูกนวดให้พ่อแม่ หรือปู่ย่า ตายาย มีการใช้วิธีต่างๆ เช่น ศอก เข่า และเท้า นวดให้กัน หรือนวดด้วยตนเอง มีการพัฒนาการใช้อุปกรณ์ในการนวด เพื่อช่วยให้ใช้น้ำหนักได้มากขึ้น เช่น นมสาว ไม้กดท้อง จากการนวดช่วยเหลือตนเองภายในครอบครัวจนเกิดความชำนาญและมั่นใจ จึงได้มีการนวดช่วยเหลือความเจ็บป่วยของเพื่อนบ้าน จนได้รับความนิยมนับและเชื่อถือจากผู้มารับบริการจนเกิดอาชีพหมอนวดในที่สุด (กรมพัฒนาแพทย์แผนไทยและการแพทย์, 2565: ออนไลน์)

สถานการณ์ปัจจุบันการนวดไทยกำลังได้รับความนิยมกว้างไกลทั้งในกลุ่มของคนไทยเอง และชาวต่างชาติ มีสถาบันสอนนวดไทยมากมายหลายแห่งทั้งภาครัฐและเอกชน โรงเรียนสอนนวดของวัดโพธิ์ โรงเรียนอายุรเวท ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และยังมีโรงเรียนสอนหมอนวดสายตา พิกัด และภาคเอกชนอื่นๆ อีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ ผู้คนตกงานมากมาย กระทรวงสาธารณสุขได้ร่วมมือกับกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม พัฒนาการเรียนการสอนเรื่องนวด โดยเปิดสอนวิชานวดไทยแก่ผู้ตกงาน เพื่อนำวิชาไปประกอบอาชีพเลี้ยงตัวเองในเบื้องต้น เป็นการบรรเทาความเดือดร้อนในยามบ้านเมืองตกอยู่ในภาวะวิกฤต รวมถึงการส่งเสริม

สถาบันต่างๆ ที่มีการเรียนการสอนเรื่องนวดไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ผลสรุปล่าสุดพบว่า อาชีพนวดไทยสามารถก่อรายได้ให้แก่ประเทศชาติได้ปีละกว่าพันล้านบาท เพียงแค่มีนวด 2 มือของคนไทยก็สามารถช่วย ชาติได้อีกทางหนึ่ง (วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2564)

ธุรกิจนวดแผนไทยจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการบรรเทาปัญหาสุขภาพอย่างจริงจัง ทำให้คนส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหันมาใช้บริการนวดแผนไทย มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจนวดแผนไทยกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าจับตามองสำหรับผู้ที่มีศักยภาพให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูงและใช้เงินลงทุนไม่มากนัก

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้วิจัยมีความสนใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจนวดแผนไทย ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการทำธุรกิจให้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ โดยนำไปประยุกต์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจในการทำธุรกิจให้บริการนวดแผนไทยที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ในธุรกิจด้านนี้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 80-81) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ คอทเลอร์ (Kotler) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ที่ให้บริการ ซึ่งจะได้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ

### ขอบเขตด้านประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป เนื่องจากประชาชนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตนเองและมีความคิดอย่างอิสระ

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชาชนที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ โคแครน (Cochran, 1977) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ดังนี้

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ทำการวิจัย ตั้งแต่เดือน มกราคม 2567 ถึงเดือน พฤษภาคม 2567

#### 1.4 สมมติฐานของการวิจัย

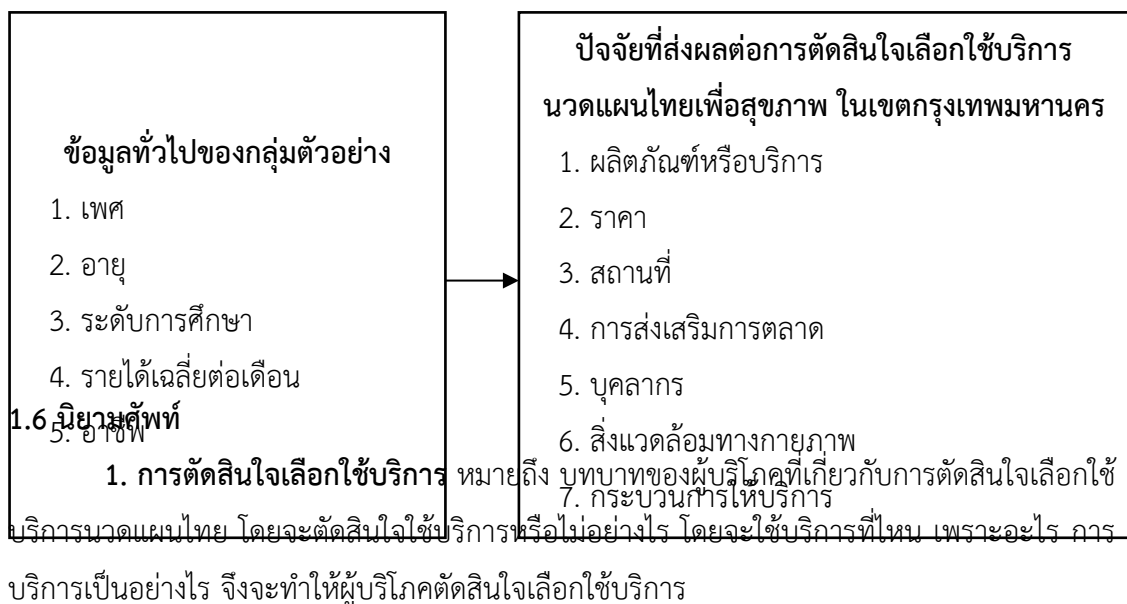
ปัจจัยด้านประชาชนตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ แตกต่างกัน

#### 1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาตามแนวคิดของคอตเลอร์ (2013) และศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคตามแนวคิดของคอตเลอร์ (2013) มากำหนดเป็นตัวแปร และมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม



**2. การนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ** หมายถึง การรักษา หรือการบำบัดอาการปวดเมื่อย โดยการใช้ การรักษาแบบแพทย์แผนโบราณ มีบุคคลที่ทำการรักษาโดยการจับ บีบ กด นวด โดยได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข

**3. การตัดสินใจ (7P's)** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ โดยมีองค์ประกอบ ที่ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

**4. ผลิตภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น โปรแกรมการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ นวดฝ่าเท้าเพื่อสุขภาพ นวดตัวเพื่อสุขภาพ นวดน้ำมันเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

**5. ราคา** หมายถึง ค่าบริการในการใช้บริการนวดแผนไทย เช่น โปรแกรมการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพแบบเหมาจ่าย 10 ครั้ง 1,500 บาท, นวดฝ่าเท้าเพื่อสุขภาพ 180 บาทต่อชั่วโมง นวดตัวเพื่อสุขภาพแบบธรรมดา 200 บาทต่อชั่วโมง, นวดน้ำมันเพื่อสุขภาพ 250 บาทต่อชั่วโมง เป็นต้น

**6. สถานที่** หมายถึง สถานที่ให้บริการนวดแผนไทย ประกอบด้วยทำเลที่ตั้ง การเดินทางไปมาสะดวก ภายในมีพื้นที่ให้บริการอย่างเป็นสัดส่วน มีที่จอดรถอย่างเพียงพอ มีความสะอาด ตกแต่งสวยงาม

**7. การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่ผู้ประกอบการได้จัดให้มีขึ้น เพื่อให้มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการนวดแผนไทย

**8. บุคลากร** หมายถึง บุคคลที่ให้บริการหรือโดยทั่วไปคนส่วนใหญ่เรียกว่า หมอนวดที่ได้ได้รับการอบรม ฝึกฝนจนชำนาญ และได้รับใบรับรองการรักษาจากกระทรวงสาธารณสุข

**9. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** หมายถึง สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ เช่น ห้องให้บริการกว้างขวาง อากาศถ่ายเทได้สะดวก มีกลิ่นหอมของสมุนไพร การจัดตกแต่งร้านสวยงาม เปิดเพลงสร้างบรรยากาศอย่างเหมาะสม

**10. กระบวนการให้บริการ** หมายถึง ขั้นตอน วิธีการ ลำดับ ในการให้บริการ เช่น การนวดที่ถูกต้องมีการสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลายด้วยเสียงเพลง กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหย จัดเตรียมส่วนผสม เสื้อผ้าที่ใช้ผลัดเปลี่ยน ระยะเวลาการให้บริการมีความเหมาะสม มีการเสิร์ฟน้ำอุ่นหรือน้ำสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเมื่อเสร็จสิ้นการให้บริการ

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและผู้ที่จะเข้ามาสู่ธุรกิจนวดแผนไทยได้วางแผนกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เป็นแนวทางให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการนวดแผนไทยที่มีความคุ้มค่า เป็นประโยชน์และเป็นทางเลือกในการเข้ารับบริการของร้านนวดแผนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยนำไปต่อยอดในการประกอบธุรกิจบริการนวดแผนไทยในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการตัดสินใจ

2.4 ประวัติและความเป็นมาของการนวดแผนไทย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

3.2 ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ t-test และ f-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2 ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากประชาชนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้วยตนเองและมีความคิดอย่างอิสระ

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชาชนที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ โคครัน (Cochran, 1977) สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$P = 0.5 \text{ ใช้สูตร } n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$P$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชาชน

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$Z$  = ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ .05 มีค่า  $Z = 1.96$

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.5)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้ตัวอย่าง 384.16 \* 385 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสำรวจ 15 คน รวมเป็น 400 คน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดลำดับเนื้อหาของ แบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ โดยลักษณะเป็นแบบสอบถามประเภทให้เลือกตอบ (Multiple choices)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับในการวัดระดับความสำคัญ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายความว่า มีความสำคัญมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายความว่า มีความสำคัญมาก

ระดับคะแนน 3 หมายความว่า มีความสำคัญปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายความว่า มีความสำคัญน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายความว่า มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิด

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยแหล่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งใหญ่ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 เตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับกลุ่มตัวอย่าง

1.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปขอความร่วมมือกับร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ เพื่อร่วมแจกแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มทำแบบสอบถาม และทำการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ดังนี้

2.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ

2.2 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง

2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert's Scales) ในการวัดระดับความสำคัญซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายความว่า มีความสำคัญมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายความว่า มีความสำคัญมาก

ระดับคะแนน 3 หมายความว่า มีความสำคัญปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายความว่า มีความสำคัญน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายความว่า มีความสำคัญน้อยที่สุด



ในแบบสอบถามเกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่ใช้ในการอภิปรายผลการวิจัยมีการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินค่าวัดระดับความสำคัญในการใช้บริการนวดแผนไทย มีอยู่ 5 ระดับ การแปลความหมายค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามวัดความสำคัญ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 คะแนน หมายความว่า มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41 - 4.20 คะแนน หมายความว่า มีความสำคัญในระดับมาก

ระดับคะแนน 2.61 - 3.40 คะแนน หมายความว่า มีความสำคัญในระดับปานกลาง

ระดับคะแนน 1.81 - 2.60 คะแนน หมายความว่า มีความสำคัญในระดับน้อย

ระดับคะแนน 1.00 - 1.80 คะแนน หมายความว่า มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เชิงพรรณนา (Description Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลทั่วไปด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการแสดงระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการนำเสนอภาพรวมของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการนำเสนอภาพรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

2. สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตลอดจนการพิสูจน์สมมติฐานและทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัยในระดับนัยสำคัญที่ 0.5 มีดังนี้

2.1 ใช้ t-test ทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่มีสองกลุ่ม

2.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- 2.3 ใช้ f-test ทดสอบความแตกต่างสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม
3. แปลความหมายและสรุปผลในการวิเคราะห์ด้วยตาราง

## สรุปผลการศึกษา

### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.50 มีอายุระหว่าง 28-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ตั้งแต่ 15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.80 และเป็นกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.50

### 5.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ สามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 1. ผลการวิเคราะห์ในภาพรวมและรายด้าน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ เท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ด้านบุคลากรเท่ากับ 3.95 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เท่ากับ 3.80 ด้านสถานที่และผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 3.65 ด้านราคา เท่ากับ 3.63 และด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 3.29 ตามลำดับ

#### 2. ผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อ

**2.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และให้ความสำคัญต่อการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 รองลงมา คือ รูปแบบของร้านเหมาะสมกับการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีประเภทการ ให้บริการที่หลากหลาย เช่น นวดฝ่าเท้า นวดตัว นวดน้ำมัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และเป็นร้านที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

**2.2 ด้านราคา** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และให้ความสำคัญต่อการมีอัตราให้ค่าเฉลี่ยต่อการให้บริการให้มีการแจ้งอัตราการใช้บริการอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือ ราคาได้มาตรฐานเมื่อเทียบกับร้านอื่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.69 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และมีความหลากหลายของราคาสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ตามลำดับ

**2.3 ด้านสถานที่** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และให้ความสำคัญต่อการมีห้องให้บริการแต่ละประเภท กั้นเป็นสัดส่วนอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมา คือ ภายในร้านมีความสะอาด มองดูสบายตาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 การเดินทางมาร้านขนาดแผนไทย มีเส้นทางที่ไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และมีที่จอดรถสำหรับลูกค้าร้านขนาดแผนไทยโดยเฉพาะอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ตามลำดับ

**2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และให้ความสำคัญต่อการมีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น ทิวี เว็บไซต์ วิทยู สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ให้รายละเอียด ดึงดูดความสนใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับร้านค้าได้ส่วนลดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 จัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ เช่น แจกของแถมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ มีส่วนลด เช่น ซื้อคอร์สนวดแผนไทย เพื่อสุขภาพ ลด 10% อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ตามลำดับ

**2.5 ด้านบุคลากร** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และให้ความสำคัญต่อความเอาใจใส่ในการให้บริการ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ มีความรู้ในด้านการนวด, มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 มีสุขภาพอนามัย แข็งแรงไม่มีโรคติดต่อ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี แต่งกายเรียบร้อย มีความสุภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

**2.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และให้ความสำคัญกับอากาศถ่ายเทได้ดี มีกลิ่นหอมของสมุนไพรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมาคือ อุปกรณ์และเครื่องใช้ต่างๆ มีความสะอาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ร้านไม่แคบจนเกินไปและมีห้องนวดเพียงพออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และการจัดตกแต่งร้านสวยงามน่าสนใจ เปิดเพลงสร้างบรรยากาศอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ

**2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และให้ความสำคัญต่อการแนะนำประเภทการให้บริการอย่างละเอียดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือ มีบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 มีความ สะดวกและรวดเร็วในการให้บริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และมีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การล้างเท้าก่อนนวด ฝ่าเท้า การเสิร์ฟน้ำสมุนไพร การเตรียมเสื้อผ้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ

## บรรณานุกรม

- กมลภพ ทิพย์ปาละ. (2555). **กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรทิพย์ จันทร์แจ่ม และคณะ. (2562, ตุลาคม 2562-มกราคม 2563). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี**. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 3(3).
- กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2565). **บทความวิชาการด้านการแพทย์แผนไทย**. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2565, จาก <http://www.dtam.moph.go.th/images/document/article-panthai/Thai%20massage.pdf>.
- กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ. (2564). **ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดในการใช้บริการนวดแผนไทยในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยราชพฤกษ์
- กฤษติกา คงสมพงษ์. (2552). **บริหารการตลาดในพหุวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สยามเอ็ม แอนด์ บี พับลิชชิ่ง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เครือวัลย์ ชัชกุล. (2551). **หลักการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
- ฉัตรพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวินิช. (2551), **หลักการตลาด**, กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยณรงค์ ทราญคำ (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เทพ
- ชำนาญ ฝั่งผาย. (2561). **ผลของการนวดแผนไทยประยุกต์ต่อการผ่อนคลาย**. ปริญญานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูชัย สมิทธิไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาณิศา ต้นวรรณรักษ์. (2562). **การพัฒนาศักยภาพธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว, พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
- นภาพร จึงตระกูล. (2561, มกราคม-มิถุนายน 2561). **การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ**

- การตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. จังหวัดขอนแก่น  
วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข. 7(1).
- นันทิยา ศรีแก้ว, นิตยา วัจนะภูมิ และชัยณรงค์ อภิณหพัฒน์. (2562, เมษายน-มิถุนายน 2562),  
ความซุกและปัจจัยที่สัมพันธ์กับการเลือกใช้สถานบริการนวดแผนไทยของประชาชน  
ตำบลคลองสอง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. ธรรมศาสตร์เวชสาร. 15(2).
- บทความทางธุรกิจ.** (2560). สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2560, จาก <http://nanosoft.co.th/maktip72.htm>.
- ปริญญา ลักชิตานนท์. (2552). **พฤติกรรม การซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ  
พฤติกรรม การซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อ  
สินค้า ipod ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิ  
โรฒ.
- ปิยวลี วงศ์กลม, และณัฐพล บัวเปลี่ยนสี. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนวดแผนไทย เขตเทศบาลเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. **ประชุมวิชาการ  
ทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ 2558.**
- ภาณิกานต์ คงนันทะ. (2563). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของ  
นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติบนถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน, กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา. (2554). **ยุทธศาสตร์การตลาด.** กรุงเทพฯ: สุขุมการพิมพ์.  
รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). **จิตวิทยาการบริการ.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุ่ง. (2559). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior)**  
สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2559, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumerbehavior.html>.
- ลฎาภา พูลเกษม. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย  
กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขารังสิต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วันดี รัตนกาย. (2554). **พฤติกรรม การซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา  
กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก.** (2564, มกราคม-เมษายน), 10(1).

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สามัคคีสาร (ดอกหญ้า).
- ศิวารัตน์ ณ ปทุม, และคณะ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภคขั้นสูง**. กรุงเทพฯ : โอเชียน บุคมาร์ท  
สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1. (2560). สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม 2560,  
จาก <http://www.osmnorthcentral1.go.th/nonthaburi/about>.
- สิปปศิณี บาเรย์. (2555). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของ  
นักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด. ภูเก็ต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- สุกัญญา เดชอดิษฐ์ และศิริพา อุดมอักษร. (2561). **การสำรวจพฤติกรรมในการใช้บริการนวดแผน  
ไทย: กรณีศึกษางานแพทย์แผนไทย**. จาก [http://www.ttmed.psu.ac.th/research/  
detail.php?sid=9](http://www.ttmed.psu.ac.th/research/detail.php?sid=9).
- สุดาพร กุลชลบุตร. (2552). **หลักการตลาดสมัยใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล แม้นจริง และเกยูร ไยบัวกลิ่น (2550). **การส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ : ทริปปี้ล  
เอ็ดดูเคชั่น.
- หทัยรัตน์ สิทธิโชค. (2562). **ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการ  
นวดแผนไทยแบบสปาที่ Health Land ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.
- อวย เกตุสิงห์. (2555). **บทความ ความเป็นมาของการนวดแผนโบราณ**.
- Booms, B. H.; & Bitner, M. J. (1981). Marketing Strategies and Organization Structure  
for  
Service Firms. In Donnelly, J. H.; & George, W. R. (Eds), **Marketing of Services**.  
47-51. Chicago: American Marketing Associations.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. 3 ed., New York: John Wiley and Sons,  
Inc. Focus Business Intelligence, 2007.
- Koichi, Takeda. (2000). Information Retrieval on the Web. **Proceeding of ACM  
Symposium on User Interface Software and Technology**.
- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation  
and Control**. 9th ed., New Jersey: Asimon & Schuster Company.