

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับบริการนวดแผนโบราณ ภายใต้การรับรองมาตรฐานของกระทรวง สาธารณสุข กรณีศึกษา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

The factors that effect people for making the decision to use Thai tradition massage services from the place which has a standard of massage issued by the Ministry of Public Health Case Study in Hat Yai District, Songkhla Province

สุทัศน์ วรโน*

Sutasne Vanno

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการนวดแผนโบราณ ภายใต้รับรองมาตรฐานสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข กรณีศึกษา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและสร้างขึ้น จำนวน 384 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 73.2 ส่วนใหญ่ช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 34.1 มีสัญชาติไทยกับสัญชาติมาเลเซียในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 45.6 และ 44.3 สมรสแล้ว ร้อยละ 51.6 การศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี ร้อยละ 30.2 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 35.7 รายได้

* สาธารณสุขอำเภอหาดใหญ่

เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ใช้บริการในช่วงเวลา 16.01 น.- 20.00 น. โดยมีเหตุผลเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ร้อยละ 65.4 ใช้บริการนวดตัว ร้อยละ 81.9 เลือกพนักงานนวดเอง ร้อยละ 50.4 โดยเลือกที่มีประสบการณ์ และฝีมือดี ร้อยละ 38.3 และ ร้อยละ 85.3 จ่ายค่าตอบแทนพิเศษ (Tip) แก่พนักงานนวด เนื่องจาก พอใจในฝีมือการนวด ร้อยละ 47.4 และจะกลับมาใช้บริการที่เดิมอีก ร้อยละ 94.5

จากการศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการโฆษณามากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ ให้ความสำคัญกับความสะอาด ความเป็นระเบียบของบริเวณต้อนรับ ปัจจัยด้านพนักงานนวด คือ พนักงานนวดต้องมีประสบการณ์ และฝีมือในการนวด ปัจจัยด้านการบริการ คือ พนักงานต้อนรับแต่งกายเหมาะสม สะอาด บุคลิกภาพดี ปัจจัยด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ คือ ความสะอาดภายในห้องนวด ที่นอน ปลอกหมอน ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ ตรา หรือ ชื่อเสียง คือ สถานบริการได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ปัจจัยด้านการโฆษณา คือ ป้ายโฆษณา ส่วนปัจจัยที่เป็นข้อกำหนดในการรับรองสถานที่ ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การจัดสถานที่เป็นเขตปลอดบุหรี่เพื่อคุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ การเลือกพนักงานนวด กับการจัดพนักงานนวดให้ตามคิว พบว่า อาชีพที่ต่างกันส่งผลให้เกิดการเลือกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance < 0.05)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดเพื่อการรับรองมาตรฐานโดยกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่

- (1) การจัดสถานที่ให้พนักงานนวดนั่งไขว่บนสกอร์
- (2) การจัดให้พนักงานนวดมีหมายเลขประจำตัวติดที่หน้าอกเสื้อ
- (3) การจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย

สัญชาติ และ เพศ ของผู้รับบริการ พบว่า ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance > 0.05) กับปัจจัยที่เป็นข้อกำหนดทั้ง 3 ปัจจัย ดังกล่าว

อายุ พบว่า ผู้รับบริการที่มีช่วงอายุต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance, 0.05) ในเรื่องการจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย

การศึกษา พบว่า ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance < 0.05) ในเรื่องการจัดสถานที่ให้พนักงานนวดนั่งไขว่บนสกอร์

อาชีพ พบว่า ผู้รับบริการที่ประกอบอาชีพต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance < 0.05) กับปัจจัยการมีหมายเลขประจำตัวพนักงานนวด

รายได้พบว่าผู้รับบริการที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance < 0.05) ทั้งปัจจัยการจัดสถานที่ให้พนักงานนวดนั่งไขว่บนสกอร์ ปัจจัยการมีหมายเลขประจำตัวพนักงานนวด และการจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Abstract

The objective of this research is to survey the factors that effect people for making the decision to use Thai traditional massage services from the place that has a standard of massage issued by the ministry of public health in Hatyai District, Songkhla Province, southern Thailand. The result of this research has been analyzed from the collective data from 384 questionnaires.

The result shows that 73.2% of the customers were male. The age ranging from 31 to 40 years old is 34.1%. Thai and Malaysian nationality clientele have a close ratio which is 45.6% and 44.3% respectively. The married clientele is 51.6%, bachelor degree graduated clientele at 30.2%, Self-employed or business owners as 35.7%. The monthly income averaging from 5,000 - 10,000 baht as 27.5%, 34.6% of the massaged customers used the service between 04.00pm and 08.00 pm, 65.4% of them gave the reason as to relax the muscles. 50.4% of the clientele preferred to choose a masseuse themselves, an experienced and skillful masseuse was preferable as 38.3%. Body massage was preferable as 81.9% of the figures show. 85.3% of the people surveyed showed that the clientele gave extra money as a tip to the masseuse. The satisfaction of services which was given as a reason was 47.4%. And 94.5% of the clientele stated they would go back for services at the same place.

Figures from the study show that the clientele gave the significance to each factor as following:-

The factor of marketing and promotion

The clientele gave the most significance to the advertisement and public relation.

The factor of place

The emphasis about the importance of cleanliness and tidiness of the resting area of the surroundings is an important factor.

The factor of masseuse

The masseuse must have experience and skills related to their work.

The factor of other services

The clientele preferred and gave significance to the personal cleanliness and hygiene as well as correct dress and manner of the customer relation staff.

The factor of massage equipment

The clientele gave the most significance to the cleanliness of the massage room, mattresses and pillow cases.

The factor of its logo and reputation

The clientele preferred the places where a standard certificate had been issued by the ministry of public health.

The factor of advertisement

The customers gave significance to the advertising sign, yet the most significant factor was the regulation issued by the ministry of public health to provide the place as a non smoking environment regarding the respect to non-smoker's health and rights.

The analysis of the relation between the customer's self choice of masseuse or being in a queue to have a massage service - In the case of testing with a customers nationality, age range and educational background, it was found that there was no difference in behavior regarding this issue as given that the statistical significance was > 0.05 . But the occupational factor showed that the customers have the difference of selection, which gives the statistical significance of < 0.05 .

The analysis of the difference of average mean, which is about the factor of marketing and promotion, environment, masseuses, services, massage equipment, its reputation, advertisement and the average mean of all factors shows that Thai and Malaysian customers give the different significance only to the factor of advertisement which gives the statistical significance as < 0.05 .

The clientele of a different age range gives the different significance to the factor of marketing and promotion, which has a statistical significance as < 0.05 .

The difference of educational background of clientele shows the different significance to the factor of marketing and promotion, which has the statistical significance as < 0.05 .

From the study it can be ascertained that the customer's occupational background is a crucial factor that gives the different significance to place, masseuse, and the average mean of all factors which has the statistical significance as < 0.05 .

The difference of customer's status gives the different significance to the factor of masseuse which has a statistical significance as < 0.05 .

Each customer of a different income gives the different significance to the factor of place, services, equipment and the average mean of all factors.

The factor which relates with the regulations for a standard certificate, which is issued by the ministry of public health is:-

1. The place, which is provided for masseuses to sit showing themselves.
2. The card of number which each masseuse must have it on a uniform.
3. The place, which is provided as non-smoking area.

The clientele of a different age range gives the different significance to a non-smoking place as mentioned by law, which has a statistical significance as < 0.05 .

The difference of clientele's educational background shows the different significance to the place which is provided for masseuses to sit showing themselves, which is < 0.05 as the statistical significance.

Each customer of a different occupation gives the different significance to the factor of having the number of each masseuse, which has a statistical significance as < 0.05 .

And each customer of a different income gives the different significance to the all factors of place, which is provided for masseuses, having the number of each masseuse, and the non-smoking place as mentioned by law, which has a statistical significance as < 0.05 .

บทนำ

การนวดไทยเป็นทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพที่ใช้ต้นทุนต่ำ แต่มีประสิทธิผลในการช่วยลดอาการปวดเมื่อยจากการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของข้อต่อต่างๆ ของร่างกายและสร้างความผูกพันทางจิตใจซึ่งกันและกันในหน่วยของสังคมที่เล็กที่สุด ปัจจุบันการนวดไทยได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม รัฐบาลได้ออกกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการนวดไทยไว้มากมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติสถานบริการ 2509 ประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 เป็นต้น

สถานประกอบการนวดแผนโบราณ ต้องขอรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขในเรื่องของสถานที่ บุคลากร การบริการ รวมไปถึงความปลอดภัยเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ธุรกิจนวดแผนโบราณเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง และยังเป็นแหล่งเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวมาเลเซียเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการนวดแผนโบราณ (นวดเพื่อสุขภาพ) โดยมีผู้ประกอบการในอำเภอหาดใหญ่เปิดสถานประกอบการนวดแผนโบราณ จำนวน 30 แห่ง และยื่นขอรับการรับรองมาตรฐานเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพจากกระทรวงสาธารณสุข

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับบริการนวดแผนโบราณภายใต้การรับรองมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข : กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาสถานประกอบการตามนโยบายรัฐบาลต่อไป



นิยามศัพท์เฉพาะ

สกอ ร หมายถึง บริเวณที่พนักงานนวดหนึ่งร้อให้ลูกค้าสามารถเลือกพนักงานนวดได้

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม โดยใช้รูปแบบการศึกษาแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Studies) โดยเริ่มเก็บข้อมูลในสัปดาห์ที่ 4 ของเดือนธันวาคม 2548

5.1 เครื่องมือ และการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

5.1.1 เครื่องมือ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งมีทั้งชุดภาษาไทย และชุดภาษาอังกฤษ โดยศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประยุกต์จากมาตรวัด เจตคติแบบลิเคิต (Likert Scale) ซึ่งลิเคิตได้ศึกษา พบว่า การกำหนดค่าคะแนนมาตรวัดเป็น 4, 3, 2, 1, 0 ได้ค่า S ที่มาจากการใช้ Normal Deviate ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์กันสูงถึง 0.99 (Edward, 1977 : 151)

5.1.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ผลการทดสอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 เพื่อสำรวจระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับบริการนวดแผนโบราณ พบว่า

Reliability Analysis - Scale (Alpha)

N of Cases = 30

Reliability Coefficients 55 item

Alpha = 0.94

0.94² คูณ 100 = 88.36 หมายความว่า ผลวิเคราะห์มีความเชื่อถือได้ร้อยละ 88.36 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีมาก สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542)

5.2 การเลือกตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง

5.2.1 การเลือกตัวอย่าง เลือกสถานประกอบการโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกสถานประกอบการที่มีพนักงานนวดแผนโบราณตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป ซึ่งมีจำนวน 16 แห่ง จากจำนวนสถานประกอบการนวดแผนโบราณ ที่ยื่นขอรับรองมาตรฐานเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ทั้งหมด 30 แห่งในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

5.2.2 ขนาดตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้รับบริการนวดแผนโบราณ จำนวน 384 คน เนื่องจากจำนวนประชากรไม่แน่นอน (Infinite Population) จึงใช้สูตร ดังนี้ (Roscoe, 1975 : 183 อ้างในบุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ, 2535)

$$\begin{aligned} n &= (Zc S / e_m)^2 \quad \text{แทนค่าในสูตร} \quad n = \frac{(1.96s)^2}{s/10} \\ &= (1.96 \times 10)^2 \\ &= 384 \end{aligned}$$

ดังนั้นเมื่อไม่ทราบจำนวนประชากร จึงใช้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 384 คน

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.1 ค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และแบบตรวจรับรองสถานประกอบการ

5.3.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้วิเคราะห์คะแนนปัจจัยแต่ละด้าน

5.3.3 ทดสอบสถิติ Chi-Square , t-test และ F-test

ผลการวิจัย

ตาราง 1 ความสัมพันธ์ด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง กับการเลือกพนักงานนวดมาให้บริการ

อาชีพ	การเลือกพนักงานนวด		รวม
	เลือกเอง	จัดตามคิว	
- รับราชการ	19	10	29
- พนักงานบริษัทเอกชน	45	41	86
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	6	11
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว	84	45	129
- รับจ้าง	36	49	85
รวม	189	151	340

Chi-square = 12.761 df = 4 Sig = 0.013 < 0.05

จากตาราง 1 พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกพนักงานนวดมาให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Significance < 0.05)

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยคะแนนการจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ จำแนกตามช่วงอายุ

ตัวแปร	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
- อายุ 20-30 ปี	86	3.28	0.98	3.108	0.027*
- อายุ 31-40 ปี	131	3.14	1.13		
- อายุ 41-50 ปี	108	3.40	0.95		
- อายุ 51-60 ปี	45	3.62	0.65		

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงอายุให้ความสำคัญแตกต่างกันในเรื่องการจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Significance < 0.05)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยพนักงานนวดนั้งสกอาร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	47	2.49	1.27	3.729	0.005*
- มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	115	3.10	0.97		
- อนุปริญญา หรือ ปวส.	67	2.75	1.28		
- ปริญญาตรี	116	3.08	0.97		
- สูงกว่าปริญญาตรี	37	2.97	0.96		

จากตาราง 3 พบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Significance < 0.05) ในส่วนของการจัดให้พนักงานนวดนั้งโซวบนสกอาร์

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยพนักงานนวดมีหมายเลขประจำตัว จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
- รับราชการ	32	2.81	0.93	3.158	0.014*
- พนักงานบริษัทเอกชน	96	2.92	0.99		
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.08	1.24		
- ธุรกิจส่วนตัว	137	3.18	0.99		
- รับจ้าง	96	2.72	1.06		

จากตาราง 4 พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Significance < 0.05) ในส่วนของการมีหมายเลขของพนักงานนวด

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยด้านกฎหมายที่ศึกษา จำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยที่ศึกษา/ตัวแปร	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
1. พนักงานนวดนั้งโซวให้เลือก					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	30	2.63	1.24	5.853	0.000*
5,000-10,000	104	2.57	1.27		
10,001-15,000	47	3.00	1.02		
15,001-20,000	50	3.04	0.88		
20,001-25,000	53	3.09	0.90		
มากกว่า 25,000	94	3.32	0.89		

ตาราง 5 (ต่อ)ค่าเฉลี่ยคะแนนปัจจัยด้านกฎหมายที่ศึกษา จำแนกตามระดับรายได้

ปัจจัยที่ศึกษา/ตัวแปร	N	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig
2. พนักงานนวดมีหมายเลข					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	30	2.53	1.28	2.371	0.039*
5,000-10,000	104	2.88	1.09		
10,001-15,000	47	2.87	1.08		
15,001-20,000	50	3.20	0.86		
20,001-25,000	53	3.04	0.81		
มากกว่า 25,000	94	3.13	1.00		
3. การจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่					
ต่ำกว่า 5,000 บาท	30	3.10	1.06	4.115	0.001*
5,000-10,000	103	3.44	0.84		
10,001-15,000	47	3.51	0.80		
15,001-20,000	50	3.36	1.08		
20,001-25,000	53	3.58	0.63		
มากกว่า 25,000	94	2.98	1.21		

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันให้ความสำคัญแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่า Significance < 0.05) กับการจัดให้พนักงานนวดนั่งโซฟา การมีหมายเลขของพนักงานนวด และการจัดสถานที่ให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ตามกฎหมาย



ภาพพนักงานนวดนั่งบนสกอ รอให้บริการลูกค้า

วิจารณ์

ผู้รับบริการส่วนใหญ่ขอเลือกพนักงานนวดเอง โดยเลือกพนักงานนวดที่มีประสบการณ์และมีฝีมือดี ส่วนการเลือกที่รูปร่าง บุคลิกดี มีเพียง 1 ใน 4 ของการเลือกทั้งหมด ในขณะที่กฎหมายให้ความสำคัญกับการไม่ให้ผู้รับบริการเลือกพนักงานนวด ซึ่งขัดแย้งกับพฤติกรรมกรับบริการที่ต้องมีการเลือก นอกจากนี้ผู้รับบริการยังมั่นใจ ที่จะใช้บริการจากสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมากกว่าชื่อเสียงด้านอื่นๆ จึงน่าจะเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการเร่งดำเนินการพัฒนาสถานประกอบการเพื่อให้ผ่านการรับรองต่อไป

สรุป

นวดแผนโบราณเป็นธุรกิจดั้งเดิมในอำเภอลาดใหญ่ ที่มีมานานร่วม 30 ปี แต่เพิ่งเข้ามาขอการรับรองมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขตามนโยบายของรัฐบาล ในปี 2548 จึงจำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างบางส่วน ซึ่งทำให้กระทบต่อภาพลักษณ์เดิมๆ จนอาจทำให้กระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการบ้างในระยะแรก แต่สุดท้ายแล้วผู้รับบริการจะได้รับบริการในสถานประกอบการที่มีมาตรฐานทั้งด้านสถานที่ บุคลากร การบริการ และความปลอดภัย

บรรณานุกรม

1. กมลวัลย์ กี่สุวรรณและยุวดี นิรัตน์ตระกูล. 2542 . “การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ทางเลือกในปี 1999”, _____ . 31 (กุมภาพันธ์) : 6 - 8
2. กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2542. *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2542 . “รายงานประจำปี 2541 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”, กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ชัชวาล สุวรรณสวัสดิ์. 2544 . “การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโรงเรียนนวดแผนโบราณในจังหวัดเชียงใหม่”, การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
5. ทรงศิริ เตชะบุญ. 2540. “การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินของการลงทุนแฟรนไชส์คอนวี่เนียนสโตร์”, การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
6. ธัชศักดิ์ คุ่มสอน. 2540. “รูปแบบที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่”, การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
7. วีรวุฒิ ชูดำ. 2536. “พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่”, การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

8. บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2535. *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ และทำปกเจริญผล.
9. บุญมาส บุญใจเพชร. 2526. “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสังคมวิทยาของผู้ป่วยที่ไปใช้บริการรักษาแผนโบราณและแผนปัจจุบัน”, *วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์ทางการแพทย์และสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล*.
10. _____. 2536. “สรุปผลการวิจัยเรื่องเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่”, *ผู้จัดการรายสัปดาห์* 7-13 มกราคม 2535. ฉบับที่ 278 .
11. พิบูล ทีปาล. 2534. *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : เอลโล่การพิมพ์.
12. รณสิทธิ์ แสงสุวอ. 2528. “การศึกษาระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการในชนบท อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด”, *ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร*.
13. เลิศพร ภาระสกุล. 2540. *เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
14. วรณา ศิลปอาชา และคณะ. 2536 “ความต้องการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ร้านค้าประเภทคอนวีนีเยน สโตร์ ในเขตเมือง” , *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*. (ตุลาคม-ธันวาคม 2536) หน้า 299-316.
15. วิภาพร มหาชัย. 2544. “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ”, *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
16. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2534. *กลยุทธ์ทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
17. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
18. ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2539. *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.
19. สุขาวลี สุทธิคะเนิง. 2542. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”, *วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
20. สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. 2540. “รายงานผลการวิจัยเรื่องนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับการท่องเที่ยวไทย”, กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
21. เสน่ห์ ญาณสาร. 2539. *ภูมิศาสตร์เมือง*. เชียงใหม่ : ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
22. สดสวงวน คำคุณ. 2542. “ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการใช้บริการนวดแผนไทยในคลินิกการแพทย์แผนไทย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่”, *วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.

23. Berry, B.J.L. ; Bernum, H. ; and Tennant, R. “Retail Location and Consumer Behavior.” Paper and Proceedings, Regional Science Association 9 (March 1962) pp. 339-349
24. Edward, Allen L. Technigues of Attitudes Scale Construction. New York : Appleton Century Crofts, Inc., 1957.
25. Morgenstein, Melvin and Harriet Strongin. Modern Retailing Mamagement Principles and Praticles. Englewood Criffs, N.J. : Prentice Hall International, 1992
26. Mcintosh, Robert W :and Goeldner Charies R.(1984). Tourism : Principle, Practices, Philosopies. New York : John Wiley and Sons
27. Kotler Philip. (1994). Marketing Management : Analysis, Planning and Control. 4 ed Englewood Cliffs, NJ:Prentice-Hall.