บทที่ 4
ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาลักษณะของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ และพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้แยกการสำรวจเป็น 2 ส่วน คือ การสำรวจข้อมูลของสถานประกอบการสปา และการสำรวจข้อมูลผู้ใช้บริการสปา(เฉพาะที่เป็นชาวไทย)

ในส่วนของการสำรวจสถานประกอบการสปา ได้ทำการสำรวจข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสปารวมทั้งสิ้น 25 แห่ง โดยเป็นสถานประกอบการสปาที่ได้ใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2549 และคงเหลือดำเนินกิจการอยู่จนถึงปัจจุบัน

สำหรับการสำรวจข้อมูลผู้ใช้บริการสปา(เฉพาะที่เป็นชาวไทย) ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) กระจายไปยังผู้ใช้บริการทั่วทั้ง 25 สถานประกอบการสปา โดยกำหนดให้สัมภาษณ์แห่งละ 12 ราย รวมทั้งสิ้น 300 ราย

ผลการศึกษาประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสปา ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสปา และข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการสปา

จากข้อมูลของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2549 พบว่า มีสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ที่ได้รับใบรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข มีทั้งสิ้น 29 แห่ง ปัจจุบันยังคงเหลือสถานประกอบการสปาดังกล่าวอยู่จำนวน 25 แห่ง ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ที่ตั้งและขนาด

1) ที่ตั้งของสปา สถานประกอบการสปาส่วนมากตั้งอยู่ในอำเภอเมือง หรืออำเภอที่อยู่รอบ ๆ อำเภอเมือง ตารางที่ 4.1 พบว่าสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีจำนวน 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคืออำเภอดอยสะเก็ด มีจำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนอำเภอแม่ริม อำเภอสันทราย และอำเภอหางดง มีจำนวนเท่ากัน คือ อำเภอละ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกเป็นรายอำเภอ

อำเภอ	จำนวน	ร้อยละ
เมืองเชียงใหม่	20	80.0
ดอยสะเก็ด	2	8.0
แม่ริม	1	4.0
สันทราย	1	4.0
หางดง	1	4.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

2) จำนวนเตียง/ที่นอน ตารางที่ 4.2 พบว่าสถานประกอบการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีจำนวนเตียง/ที่นอน ระหว่าง 7 - 15 เตียง มากที่สุด มีจำนวน 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมามีจำนวนเตียง/ที่นอน มากกว่า 15 เตียง มีจำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และจำนวนเตียง/ที่นอนน้อยกว่า 7 เตียง มีจำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามจำนวนเตียง/ที่นอน ที่มีไว้ให้บริการ

จำนวนเตียง/ที่นอน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 7 เตียง	2	8.0
7 - 15 เตียง	18	72.0
มากกว่า 15 เตียง	5	20.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) จำนวนพนักงาน ซึ่งหมายถึง พนักงานทุกประเภทที่ทำงานในสถานประกอบการสปา โดยเฉลี่ยแล้วสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่จะมีพนักงานแห่งละ 15 คน ตารางที่ 4.3 พบว่าสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 10 – 20 คน มีจำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมามีจำนวนคนทำงานน้อยกว่า

10 คน มีจำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.0 ระหว่าง 21 – 20 คน มีจำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.0 และจำนวนคนทำงานมากกว่า 30 คน มีจำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	8	32.0
10 - 20 คน	10	40.0
21 - 30 คน	4	16.0
มากกว่า 30 คน	3	12.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4) จำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน หมายถึงจำนวนผู้มาใช้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉลี่ยแล้วสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่จะมีผู้มาใช้บริการแห่งละ 9 คนต่อวัน ตารางที่ 4.4 พบว่า สถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50 - 200 คน มากที่สุด มีจำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมามีจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 201 - 350 คน มีจำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 500 คน มีจำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน

ผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 คน	3	12.0
50 - 200 คน	10	40.0
201 - 350 คน	5	20.0
351 - 500 คน	3	12.0
มากกว่า 500 คน	4	16.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5) สัดส่วนของผู้มาใช้บริการสปาที่เป็นชาวไทย ผู้ใช้บริการที่เป็นชาวไทยมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำ ตารางที่ 4.5 พบว่าสถานประกอบการสปา ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีผู้มาใช้บริการสปาที่เป็นชาวไทยอยู่ในระหว่างร้อยละ 10 – 20 มากที่สุด มีจำนวน 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาน้อยกว่าร้อยละ 10 มีจำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.0 ระหว่างร้อยละ 21 - 30 มีจำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.0 และมากกว่าร้อยละ 30 มีจำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามผู้มาใช้บริการสปาที่เป็นชาวไทย

ผู้มาใช้บริการสปาที่เป็นชาวไทย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าร้อยละ 10	4	16.0
ร้อยละ 10 – 20	18	72.0
ร้อยละ 21 – 30	2	8.0
มากกว่าร้อยละ 30	1	4.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 การบริการ

1) ประเภทของสปา สถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่มีอยู่หลายประเภท โดยส่วนใหญ่จัดอยู่ในประภท Day spa หรือ สปาทั่วไป มีจำนวน 17 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ Resort spa & Hotel spa หรือสปาในโรงแรม และรีสอร์ท มีจำนวน 7 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 28.0 และประเภท Destination spa หรือสปาบริการเฉพาะ มีจำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.0 (ตารางที่ 4.6)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามประเภทของสปา

ประเภทสปา	จำนวน	ร้อยละ
Day spa	17	68.0
Destination spa	1	4.0
Resort spa & Hotel spa	7	28.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

2) ประเภทของการให้บริการหลัก สถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่จะมีการให้บริการหลายประเภท ที่สำคัญ เช่น นวดอะโรมาเธอราพี นวดแผนไทย เป็นต้น ตารางที่ 4.7 พบว่าสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ให้บริการนวดอะโรมาเธอราพี เป็นหลัก มีจำนวน 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาให้บริการนวดแผนไทยเป็นหลัก มีจำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.0 และให้บริการขัดผิว/ อบผิวและนวดอื่นๆ เช่นนวดอินเดีย มีจำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามประเภทของการให้บริการหลัก

ประเภทของการให้บริการหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นวดแผนไทย	8	32.0
นวดอะโรมาเธอราพี	13	52.0
ขัดผิว/ อบผิว	2	8.0
นวดอื่นๆ เช่น นวดอินเดีย	2	8.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3) การจัดให้มีบัตรสมาชิก ผลการสำรวจ พบว่าสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จัดให้มีบัตรสมาชิก มีจำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 76.0 และไม่ได้จัดให้มีบัตรสมาชิก มีจำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 ประโยชน์ของการเป็นสมาชิก เช่น ได้รับส่วนลดจากการใช้บริการ การได้รับข่าวสารใหม่ ๆ เกี่ยวกับสปา (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และร้อยละของของสถานประกอบการสปา จำแนกตามการจัดให้มีบัตรสมาชิก

การจัดให้มีบัตรสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
มี	19	76.0
ไม่มี	6	24.0
รวม	25	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และภูมิลำเนาปัจจุบัน ผลการศึกษามีดังนี้

4.2.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จากตารางที่ 4.9 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.3 เป็นเพศชาย 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	110	36.7
หญิง	190	63.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุยังน้อย ตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มากที่สุด มีจำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีจำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3 ช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปี

มีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	11	3.7
21 – 30 ปี	107	35.7
31 – 40 ปี	103	34.3
41 – 50 ปี	53	17.7
มากกว่า 50 ปี	26	8.7
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.3 ระดับการศึกษาสูงสุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาสูง ตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 และการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7

ตารางที่4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	59	19.7
ปริญญาตรี	165	55.0
สูงกว่าปริญญาตรี	76	25.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.4 อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัว ตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มากที่สุด มีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมามีอาชีพการค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 และเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน และ เกษียณ มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	17.3
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	118	39.3
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	96	32.0
นักเรียน/นักศึกษา	19	6.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	12	4.0
เกษียณ	3	1.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด มีจำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 รายได้มากกว่า 60,000 บาท มีจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 รายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 60,000 บาท มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000	58	19.3
10,000 – 20,000	97	32.3
20,001 – 30,000	52	17.3
30,001 – 60,000	36	12.0
มากกว่า 60,000	57	19.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.6 สถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพเป็นโสด และสมรสในสัดส่วนที่เกือบเท่ากัน ตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ใช้บริการสปา มีสถานภาพเป็นโสด และสมรสใกล้เคียงกัน คือ โสด มีจำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 สมรส มีจำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.7 และหย่าร้าง มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	148	49.3
สมรส	146	48.7
หย่าร้าง	6	2.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2.7 ภูมิลำเนาปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในภาคเหนือ ตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาปัจจุบันอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด มีจำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาอาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.0 อาศัยอยู่จังหวัดเชียงราย มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 และที่เหลืออาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ อยู่ระหว่างร้อยละ 0.7 – 4.0

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนาปัจจุบัน

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ		
เชียงใหม่	158	52.7
ลำปาง	11	3.7
ลำพูน	12	4.0
พะเยา	3	1.0
แพร่	5	1.7
เชียงราย	20	6.7
น่าน	3	1.0
กำแพงเพชร	1	0.3
ตาก	2	0.7
นครสวรรค์	1	0.3
ภาคกลาง		
กรุงเทพมหานคร	66	22.0
ระยอง	1	0.3
ปทุมธานี	2	0.7
ชลบุรี	2	0.7
กาญจนบุรี	2	0.7
นนทบุรี	2	0.7
อ่างทอง	1	0.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
นครราชสีมา	1	0.3
ขอนแก่น	2	0.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
อุดรธานี	2	0.7
ภาคใต้		
สงขลา	1	0.3
ภูเก็ต	1	0.3
นครศรีธรรมราช	1	0.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

ในหัวข้อนี้ เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการสปา ซึ่งอาจใช้บริการสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ หรือในจังหวัดอื่น ๆ ผลการศึกษาเป็นดังตารางที่ 4.16

4.3.1 การเลือกประเภทของสปา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แบ่งประเภทสปาออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) Day Spa หรือ สปาทั่วไป 2)Hotel & Resort Spa หรือ สปาในโรงแรม และรีสอร์ท 3) Destination Spa หรือ สปาบริการเฉพาะ และ 4) Medical Spa หรือ สปาสถานพยาบาล ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่หรือร้อยละ 71.7 เลือกใช้บริการสปาประเภท Day spa รองลงมาเป็นประเภท Resort spa & Hotel spa Destination spa และ Medical spa ร้อยละ17.7 9.0 และ1.7 ตามลำดับ

4.3.2 การเป็นสมาชิก

การสมัครเป็นสมาชิกสปา จะทำให้ผู้สมัครได้รับผลดี เช่น การได้รับส่วนลดจากการใช้บริการ รวมถึงส่วนลดจากการซื้อผลิตภัณฑ์ที่สถานประกอบการสปาจัดจำหน่าย เป็นต้น ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่หรือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้อยละ 82.0 ไม่นิยมที่จะสมัครเป็นสมาชิกสปา และมีเพียงร้อยละ 18.0 เท่านั้น ที่สมัครเป็นสมาชิกสปา

4.3.3 ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 62.3 มีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1 – 4 ครั้ง รองลงมา ต่ำกว่า 1 ครั้ง ร้อยละ 31.3 และมีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.16 แสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปา

พฤติกรรมการใช้บริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของสปา	**300**	**100.0**
Day spa	215	71.7
Destination spa	27	9.0
Resort spa & Hotel spa	53	17.7
Medical spa	5	1.7
การเป็นสมาชิก	**300**	**100.0**
เป็นสมาชิก	54	18.0
ไม่เป็นสมาชิก	246	82.0
ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน	**300**	**100.0**
ต่ำกว่า 1 ครั้ง	94	31.3
1 – 4 ครั้ง	187	62.3
5 ครั้งขึ้นไป	19	6.3
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง	**300**	**100.0**
ไม่เกิน 1000 บาท	100	33.3
1,001-1,500 บาท	74	24.7
มากกว่า 1,500 บาท	126	42.0
วันที่มักไปใช้บริการสปา	**126**	**100.0**
จันทร์ - ศุกร์	27	21.4
เสาร์ - อาทิตย์	99	78.6

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา	**298**	**100.0**
08.00 – 14.00 น.	64	21.5
14.01 – 20.00 น.	205	68.8
20.01 – 24.00 น.	29	9.7
สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา	**300**	**100.0**
รักษาสุขภาพ	33	11.0
บำบัดรักษาโรค	15	5.0
พักผ่อน คลายเครียด	194	64.7
ความสวย ความงาม	58	19.3
การเดินทางไปใช้บริการ	**300**	**100.0**
รถยนต์ส่วนตัว	238	79.3
รถจักรยานยนต์ส่วนตัว	30	10.0
รถโดยสารประจำทาง	10	3.3
รถโดยสารรับจ้าง	4	1.3
รถจักรยานยนต์/สามล้อรับจ้าง	2	0.7
รถบริการของสถานประกอบการ	16	5.3
การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปา	**300**	**100.0**
โทรทัศน์	27	9.0
หนังสือพิมพ์	23	7.7
วิทยุ	2	0.7
แผ่นพับ/นิตยสาร	174	58.0
อินเตอร์เน็ต	54	18.0
เพื่อน/ญาติ	20	6.7

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.4 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 42.0 มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง มากกว่า 1,500 บาท รองลงมา ไม่เกิน 1000 บาท ร้อยละ 33.3 และมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 24.7

4.3.5 วันที่มักไปใช้บริการสปา

วันที่มักไปใช้บริการสปา ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 126 ราย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 78.6 มักไปใช้บริการสปาในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ เนื่องจากการใช้บริการแต่ละครั้งต้องใช้เวลามาก และร้อยละ 21.4 มักไปใช้บริการสปาในช่วงวันจันทร์ - วันศุกร์

4.3.6 ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา

ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 68.8 จะไปใช้บริการสปาในช่วงเวลา 14.01 – 20.00 น. ร้อยละ 21.5 ไปใช้บริการสปาในช่วงเวลา 08.00 – 14.00 น.และ ร้อยละ 9.7 ไปใช้บริการสปาในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น.

4.3.7 สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา

สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 64.7 มีสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อน/คลายเครียด รองลงมาเพื่อความสวย/ความงาม ร้อยละ19.3 รักษาสุขภาพ ร้อยละ 11.0 และเพื่อบำบัดรักษาโรค ร้อยละ 5.0

4.3.8 ด้านการเดินทางไปใช้บริการ

การเดินทางไปใช้บริการ ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่หรือร้อยละ 79.3 เดินทางไปใช้บริการสปาโดยรถยนต์ส่วนตัว ทั้งนี้เนื่องมาจากสถานประกอบการสปาส่วนมากตั้งอยู่ในบริเวณที่ไม่มีรถประจำทางผ่าน รองลงมาเป็นรถจักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 10.0 รถบริการของสถานประกอบการ ร้อยละ 5.3 และโดยสารรถประจำทาง ร้อยละ 3.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3.9 การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปา

การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปา ผลการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่หรือร้อยละ 58.0 รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากสื่อประเภทแผ่นพับ/นิตยสาร รองลงมาเป็นสื่อประเภทอินเตอร์เน็ต ร้อยละ 18.0 โทรทัศน์ ร้อยละ 9.0 และสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 7.7

4.4 ลักษณะของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

ในหัวข้อนี้ เป็นการศึกษาเพื่อต้องการทราบ ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสปา แตกต่างกันหรือไม่ โดยพฤติกรรมที่สนใจ ได้แก่ การเลือกประเภทของสปา ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง วันที่มักไปใช้บริการสปา ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (χ^2-test)

ประเภทของสปา ซึ่งได้แบ่งประเภทของสปาออกเป็น 4 ประเภท คือ Day Spa (สปาทั่วไป) Destination Spa(สปาบริการเฉพาะ) Resort Spa and Hotel Spa (สปาในโรงแรมและรีสอร์ท) และ Medical Spa(สปาสถานพยาบาล)

ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 1 ครั้ง 1-4 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ไม่เกิน 1000 บาท 1,001-1,500 บาท และ มากกว่า 1,500 บาท

วันที่มักไปใช้บริการสปา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ช่วง วันจันทร์ - วันศุกร์ และ วันเสาร์ - วันอาทิตย์

ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ช่วงเวลา 08.00-14.00 น. ช่วงเวลา 14.01-20.00 น. และ ช่วงเวลา 20.01-24.00 น.

สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา แบ่งออกเป็น 4 สาเหตุ คือ เพื่อรักษาสุขภาพ เพื่อบำบัดรักษาโรค เพื่อพักผ่อน คลายเครียด และ เพื่อความสวย ความงาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4.1 การเลือกประเภทของสปา

1) จำแนกตามเพศ จากตารางที่ 4.17 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.719 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการประเภท

ของสปา หรือหมายถึง เพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้การเลือกใช้บริการประเภทของสปาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ประเภทสปา					χ^2 df=3 (Sig.)
	Day spa	Destination spa	Resort spa & Hotel spa	Medical spa	รวม	
ชาย	79 (71.8)	6 (5.5)	24 (21.8)	1 (0.9)	110 (100.0)	4.719 (0.19)
หญิง	136 (71.6)	21 (11.1)	29 (15.3)	4 (2.1)	190 (100.0)	
รวม	215 (71.7)	27 (9.0)	53 (17.7)	5 (1.7)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;3)} = 7.81$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) จำแนกตามอายุ จากตารางที่ 4.18 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.719 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการประเภทของสปา หรือหมายถึง อายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้การเลือกใช้บริการประเภทของสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ประเภทสปา					χ^2 df=9 (Sig.)
	Day spa	Destination spa	Resort spa & Hotel spa	Medical spa	รวม	
ไม่เกิน 30 ปี	92 (78.0)	8 (6.8)	18 (15.3)	-	118 (100.0)	14.664 (0.10)
31 – 40 ปี	69 (67.0)	10 (9.7)	22 (21.4)	2 (1.9)	103 (100.0)	
41 – 50 ปี	38 (71.7)	4 (7.5)	10 (18.9)	1 (1.9)	53 (100.0)	
มากกว่า 50 ปี	16 (61.5)	5 (19.2)	3 (11.5)	2 (7.7)	26 (100.0)	
รวม	215 (71.7)	27 (9.0)	53 (17.7)	5 (1.5)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;9)} = 16.9$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) จำแนกตามอาชีพ จากตารางที่ 4.19 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.838 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการประเภทของสปา หรือหมายถึง อาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การเลือกใช้บริการประเภทของสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพ จะเลือกใช้บริการสปาประเภท Day spa เป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานลูกจ้างเอกชน และค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะใช้บริการประเภท Destination spa และ Resort spa & Hotel spa เป็นสัดส่วนรองลงมาจาก Day spa เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ จะใช้บริการประเภท Resort spa & Hotel spaและ Medical spa เป็นสัดส่วนรองลงมาจาก Day spa เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ประเภทสปา					χ^2 df=9 (Sig.)
	Day spa	Destination spa	Resort spa & Hotel spa	Medical spa	รวม	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36 (69.2)	8 (15.4)	8 (15.4)	-	52 (100.0)	14.838 (0.09)*
พนักงานลูกจ้างเอกชน	86 (72.9)	10 (8.5)	20 (16.9)	2 (1.7)	118 (100.0)	
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	64 (66.7)	8 (8.3)	23 (24.0)	1 (1.0)	96 (100.0)	
นักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ	29 (85.3)	1 (2.9)	2 (5.9)	2 (5.9)	34 (100.0)	
รวม	215 (71.7)	27 (9.0)	53 (17.7)	5 (1.7)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.10;9)} = 14.7$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.20 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.655 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการประเภทของสปา หรือหมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้การเลือกใช้บริการประเภทของสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงการเลือกใช้บริการประเภทของสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ประเภทสปา**					χ^2df=6 (Sig.)
	Day spa	Destination spa	Resort spa & Hotel spa	Medical spa	รวม	
ไม่เกิน 20,000 บาท	120 (77.4)	12 (7.7)	21 (13.5)	2 (1.3)	155 (100.0)	9.655 (0.14)
20,001-60,000บาท	57 (64.8)	7 (8.0)	21 (23.9)	3 (3.4)	88 (100.0)	
มากกว่า60,000บาท	38 (66.7)	8 (14.0)	11 (19.3)	-	57 (100.0)	
รวม	215 (71.7)	27 (9.0)	53 (17.7)	5 (1.7)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.4.2 ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน

1) จำแนกตามเพศ จากตารางที่ 4.21 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.970 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน หรือหมายถึง เพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน				χ^2 df=2
	ต่ำกว่า 1 ครั้ง	1 – 4 ครั้ง	5 ครั้งขึ้นไป	รวม	(Sig.)
ชาย	39 (35.5)	66 (60.0)	5 (4.5)	110 (100.0)	1.970 (0.37)
หญิง	55 (28.9)	121 (63.7)	14 (7.4)	190 (100.0)	
รวม	94 (31.3)	187 (62.3)	19 (6.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;2)} = 5.99$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) จำแนกตามอายุ จากตารางที่ 4.22 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.781 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน หรือหมายถึง อายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน				χ^2 df=6
	ต่ำกว่า 1 ครั้ง	1 – 4 ครั้ง	5 ครั้งขึ้นไป	รวม	(Sig.)
ไม่เกิน 30 ปี	45 (38.1)	65 (55.1)	8 (6.8)	118 (100.0)	8.751 (0.19)
31 – 40 ปี	32 (31.1)	67 (65.0)	4 (3.9)	103 (100.0)	
41 – 50 ปี	13 (24.5)	36 (67.9)	4 (7.5)	53 (100.0)	
มากกว่า 50 ปี	4 (154)	19 (73.1)	3 (11.5)	26 (100.0)	
รวม	94 (31.3)	187 (62.3)	19 (6.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) จำแนกตามอาชีพ จากตารางที่ 4.23 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.956 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน หรือหมายถึง อาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพ จะมีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 1 – 4 ครั้ง เป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน 5 ครั้งขึ้นไปเป็นสัดส่วนรองลงมา ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ จะมีความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1 ครั้ง เป็นสัดส่วนรองลงมา และเป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน				χ^2 df=6
	ต่ำกว่า 1 ครั้ง	1 – 4 ครั้ง	5 ครั้งขึ้นไป	รวม	(Sig.)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17 (32.7)	33 (63.5)	2 (3.8)	52 (100.0)	11.956 (0.06)*
พนักงานลูกจ้างเอกชน	39 (33.1)	76 (64.4)	3 (2.5)	118 (100.0)	
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	24 (25.0)	60 (62.5)	12 (12.5)	96 (100.0)	
นักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ	14 (41.2)	18 (52.9)	2 (5.9)	34 (100.0)	
รวม	94 (31.3)	187 (62.3)	19 (6.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.10;6)} = 10.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.24 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 32.890 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน หรือหมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ของจำนวนครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน จะมีความถี่ในการใช้บริการต่ำกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า เช่น สูงกว่า 60,000 บาท จะมีสัดส่วนของผู้ใช้บริการ 5 ครั้งขึ้นไป มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน**				χ^2df=4
	ต่ำกว่า 1 ครั้ง	1 – 4 ครั้ง	5 ครั้งขึ้นไป	รวม	(Sig.)
ไม่เกิน 20,000 บาท	65 (41.9)	89 (57.4)	1 (0.6)	155 (100.0)	32.890 (0.00)**
20,001-60,000บาท	22 (25.0)	57 (64.8)	9 (10.2)	88 (100.0)	
มากกว่า60,000บาท	7 (12.3)	41 (71.9)	9 (15.8)	57 (100.0)	
รวม	94 (31.3)	187 (62.3)	19 (6.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;4)} = 9.49$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.4.3 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง

1) จำแนกตามเพศ จากตารางที่ 4.25 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.663 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง หรือหมายถึง เพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง				χ^2 df=2 (Sig.)
	ไม่เกิน 1000 บาท	1,001-1,500 บาท	มากกว่า 1,500 บาท	รวม	
ชาย	36 (32.7)	30 (27.0)	44 (40.0)	110 (100.0)	0.663 (0.71)
หญิง	64 (33.7)	44 (23.2)	82 (43.2)	190 (100.0)	
รวม	100 (33.3)	74 (24.7)	126 (42.0)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;2)} = 5.99$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) จำแนกตามอายุ จากตารางที่ 4.26 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 15.075 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง หรือหมายถึง อายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีช่วงอายุ 31 – 40 ปี จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1000 บาท เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มผู้ที่อายุ มากกว่า 40 ปีขึ้นไป จะมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 1,500 บาท มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง				χ^2 df=6 (Sig.)
	ไม่เกิน 1000 บาท	1,001-1,500 บาท	มากกว่า 1,500 บาท	รวม	
ไม่เกิน 30 ปี	34 (28.8)	36 (30.5)	48 (40.7)	118 (100.0)	15.075 (0.02)**
31 – 40 ปี	43 (41.7)	25 (24.3)	35 (34.0)	103 (100.0)	
41 – 50 ปี	12 (22.6)	11 (20.8)	30 (56.6)	53 (100.0)	
มากกว่า 50 ปี	11 (42.3)	2 (7.7)	13 (50.0)	26 (100.0)	
รวม	100 (33.3)	74 (24.7)	126 (42.0)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) จำแนกตามอาชีพ จากตารางที่ 4.27 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 27.419 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง หรือหมายถึง อาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1000 บาท เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มผู้มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 1,500 บาท มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง				χ^2 df=6 (Sig.)
	ไม่เกิน 1000 บาท	1,001-1,500 บาท	มากกว่า 1,500 บาท	รวม	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12 (23.1)	20 (38.5)	20 (38.5)	52 (100.0)	27.419 (0.00)**
พนักงานลูกจ้างเอกชน	46 (39.0)	32 (27.1)	40 (33.9)	118 (100.0)	
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23 (24.0)	17 (17.7)	56 (58.3)	96 (100.0)	
นักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ	19 (55.9)	5 (14.7)	10 (29.4)	34 (100.0)	
รวม	100 (33.3)	74 (24.7)	126 (42.0)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.28 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 58.754 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง หรือหมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน จะเห็น ได้ว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน จะมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 1000 บาท เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท ต่อเดือน จะมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 1,500 บาท มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อครั้ง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง**				χ^2df=4 (Sig.)
	ไม่เกิน 1000 บาท	1,001-1,500 บาท	มากกว่า 1,500 บาท	รวม	
ไม่เกิน 20,000 บาท	62 (40.0)	59 (38.1)	34 (21.9)	155 (100.0)	58.754 (0.00)**
20,001-60,000บาท	24 (27.3)	10 (11.4)	54 (61.4)	88 (100.0)	
มากกว่า60,000บาท	14 (24.6)	5 (8.8)	38 (66.7)	57 (100.0)	
รวม	100 (33.3)	74 (24.7)	126 (42.0)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;4)} = 9.49$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.4.4 วันที่มักไปใช้บริการสปา

1) จำแนกตามเพศ จากตารางที่ 4.29 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.554 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่มักไปใช้บริการสปา หรือหมายถึงเพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้วันที่มักไปใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.29 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	วันที่มักไปใช้บริการสปา			χ^2 df=1
	จันทร์ - ศุกร์	เสาร์ - อาทิตย์	รวม	(Sig.)
ชาย	8 (17.8)	37 (82.2)	45 (100.0)	0.554 (0.46)
หญิง	19 (23.5)	62 (76.5)	81 (100.0)	
รวม	27 (21.4)	99 (78.6)	126 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;1)} = 3.48$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) จำแนกตามอายุ จากตารางที่ 4.30 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.533 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่มักไปใช้บริการสปา หรือหมายถึงอายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้วันที่มักไปใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	วันที่มักไปใช้บริการสปา			χ^2 df=3
	จันทร์ - ศุกร์	เสาร์ - อาทิตย์	รวม	(Sig.)
ไม่เกิน 30 ปี	16 (28.6)	40 (71.4)	56 (100.0)	3.533 (0.32)
31 – 40 ปี	6 (15.0)	34 (85.0)	40 (100.0)	
41 – 50 ปี	3 (13.6)	19 (86.4)	22 (100.0)	
มากกว่า 50 ปี	2 (25.0)	6 (75.0)	8 (100.0)	
รวม	27 (21.4)	99 (78.6)	126 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;3)} = 7.81$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) จำแนกตามอาชีพ จากตารางที่ 4.31 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 14.314 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับวันที่มักไปใช้บริการสปา หรือหมายถึง อาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้วันที่มักไปใช้บริการสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานลูกจ้างเอกชน มักจะไปใช้บริการสปาในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มผู้มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้าน/อื่น ๆ จะมีสัดส่วนของวันที่มักไปใช้บริการในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ และยังสามารถไปใช้บริการในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ ได้อีก มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	วันที่มักไปใช้บริการสปา			χ^2 df=3 (Sig.)
	จันทร์ - ศุกร์	เสาร์ - อาทิตย์	รวม	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	20 (100)	20 (100.0)	14.314 (0.00)**
พนักงานลูกจ้างเอกชน	7 (14.0)	43 (86.0)	50 (100.0)	
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13 (33.3)	26 (66.7)	39 (100.0)	
นักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ	7 (41.2)	10 (58.8)	17 (100.0)	
รวม	27 (21.4)	99 (78.6)	126 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;3)} = 7.81$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.32 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.843 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับวันที่มักไปใช้บริการสปา หรือหมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้วันที่มักไปใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงวันที่มักไปใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วันที่มักไปใช้บริการสปา			χ^2 df=2
	จันทร์ - ศุกร์	เสาร์ - อาทิตย์	รวม	(Sig.)
ไม่เกิน 20,000 บาท	12 (17.1)	58 (82.9)	70 (100.0)	3.843 (0.15)
20,001-60,000บาท	9 (22.0)	32 (78.0)	41 (100.0)	
มากกว่า60,000บาท	6 (40.0)	9 (60.0)	15 (100.0)	
รวม	27 (21.4)	99 (78.6)	126 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;2)} = 5.99$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.4.5 ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา

1) จำแนกตามเพศ จากตารางที่ 4.33 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.723 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 แสดงว่าเพศมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา หรือหมายถึง เพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ที่เป็นเพศชาย มักจะไปใช้บริการสปาในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. เป็นสัดส่วนที่มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงมักจะไปใช้บริการสปาในช่วงเวลา 08.00-14.00 น.มากกว่าเพศชาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา				χ^2 df=2
	08.00-14.00 น.	14.01-20.00 น.	20.01-24.00 น.	รวม	(Sig.)
ชาย	19 (17.6)	73 (67.6)	16 (14.8)	108 (100.0)	5.723 (0.06)*
หญิง	45 (23.7)	132 (69.5)	13 (6.8)	190 (100.0)	
รวม	64 (21.5)	205 (68.8)	29 (9.7)	298 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.10;2)} = 4.61$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) จำแนกตามอายุ จากตารางที่ 4.34 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 9.169 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา หรือหมายถึงอายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา				χ^2 df=6
	08.00-14.00 น.	14.01-20.00 น.	20.01-24.00 น.	รวม	(Sig.)
ไม่เกิน 30 ปี	29 (24.6)	82 (69.5)	7 (5.9)	118 (100.0)	9.169 (0.16)
31 – 40 ปี	21 (20.4)	67 (65.0)	15 (14.6)	103 (100.0)	
41 – 50 ปี	12 (22.6)	35 (66.0)	6 (11.3)	53 (100.0)	
มากกว่า 50 ปี	2 (8.3)	21 (87.5)	1 (4.2)	24 (100.0)	
รวม	64 (21.5)	205 (68.8)	29 (9.7)	298 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) จำแนกตามอาชีพ จากตารางที่ 4.35 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.722 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา หรือหมายถึง อาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้สัดส่วนช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ จะมีช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาระหว่าง 08.00-14.00น. เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่กลุ่มผู้มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานลูกจ้างเอกชน และค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีสัดส่วนของช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาหลังเวลา 14.00 น. มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา				χ^2 df=6 (Sig.)
	08.00-14.00 น.	14.01-20.00 น.	20.01-24.00 น.	รวม	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10 (19.2)	33 (63.5)	9 (17.3)	52 (100.0)	17.722 (0.01)**
พนักงานลูกจ้างเอกชน	19 (16.1)	91 (77.1)	8 (6.8)	118 (100.0)	
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	20 (21.3)	65 (69.1)	9 (9.6)	94 (100.0)	
นักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ	15 (44.1)	16 (47.1)	3 (8.8)	34 (100.0)	
รวม	64 (21.5)	205 (68.8)	29 (9.7)	298 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.36 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.348 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา หรือหมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ช่วงเวลาที่ใช้บริการสปา**				χ^2 df=4
	08.00-14.00 น.	14.01-20.00 น.	20.01-24.00 น.	รวม	(Sig.)
ไม่เกิน 20,000 บาท	35 (22.6)	107 (69.0)	13 (8.4)	155 (100.0)	4.348 (0.36)
20,001-60,000บาท	16 (18.2)	59 (67.0)	13 (14.8)	88 (100.0)	
มากกว่า60,000บาท	13 (23.6)	39 (70.9)	3 (5.5)	55 (100.0)	
รวม	64 (21.5)	205 (68.8)	29 (9.7)	298 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;4)} = 9.49$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.4.6 สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา

1) จำแนกตามเพศ จากตารางที่ 4.37 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 34.720 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าเพศมีความสัมพันธ์กับสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา หรือหมายถึงเพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้สัดส่วนของสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า เพศชาย จะมีสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และรักษาสุขภาพ เป็นสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่เพศหญิง จะมีสัดส่วนของสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด และความสวยความงาม มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา					χ^2 df=3 (Sig.)
	รักษาสุขภาพ	บำบัดรักษาโรค	พักผ่อนคลายเครียด	ความสวยความงาม	รวม	
ชาย	15 (13.6)	8 (7.3)	85 (77.3)	2 (1.8)	110 (100.0)	34.720 (0.00)**
หญิง	18 (9.5)	7 (3.7)	109 (57.4)	56 (29.5)	190 (100.0)	
รวม	33 (11.0)	15 (5.0)	194 (64.7)	58 (19.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;3)} = 7.81$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

2) จำแนกตามอายุ จากตารางที่ 4.38 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 45.311 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอายุมีความสัมพันธ์กับสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา หรือหมายถึงอายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้สัดส่วนของสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคทุกช่วงอายุ จะมีสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียด เป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้มีอายุมาก เช่น มากกว่า 50 ปี เน้นรักษาสุขภาพเป็นสัดส่วนรองลงมา ผู้มีอายุ 41 – 50 ปี เน้นบำบัดโรคเป็นสัดส่วนรองลงมา และอายุน้อย เช่น ต่ำกว่า 41 ปี เน้นความสวยงามเป็นสัดส่วนรองลงมา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.38 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา					χ^2 df=9 (Sig.)
	รักษาสุขภาพ	บำบัดรักษาโรค	พักผ่อนคลายเครียด	ความสวยความงาม	รวม	
ไม่เกิน 30 ปี	11 (9.3)	2 (1.7)	73 (61.9)	32 (27.1)	118 (100.0)	45.311 (0.00)**
31 – 40 ปี	11 (10.7)	5 (4.9)	71 (68.9)	16 (15.5)	103 (100.0)	
41 – 50 ปี	1 (1.9)	8 (15.1)	35 (66.0)	9 (17.0)	53 (100.0)	
มากกว่า 50 ปี	10 (38.0)	-	15 (57.7)	1 (3.8)	26 (100.0)	
รวม	33 (11.0)	15 (5.0)	194 (64.7)	58 (19.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;9)} = 16.9$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

3) จำแนกตามอาชีพ จากตารางที่ 4.39 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 17.744 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤตที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา หรือหมายถึง อาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลทำให้สัดส่วนของสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพ จะมีสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาเพื่อพักผ่อนคลายเครียดเป็นส่วนใหญ่ แต่อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เน้นรักษาสุขภาพ และบำบัดรักษาโรคเป็นสัดส่วนรองลงมา มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ส่วนอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้าน/อื่น ๆ เน้นความสวยงามเป็นสัดส่วนรองลงมา มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา					χ^2 df=9 (Sig.)
	รักษาสุขภาพ	บำบัดรักษาโรค	พักผ่อนคลายเครียด	ความสวยความงาม	รวม	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 (17.3)	5 (9.6)	36 (69.2)	2 (3.8)	52 (100.0)	17.744 (0.04)**
พนักงานลูกจ้างเอกชน	13 (11.0)	4 (3.4)	80 (67.8)	21 (17.8)	118 (100.0)	
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7 (7.3)	5 (5.2)	59 (61.5)	25 (26.0)	96 (100.0)	
นักศึกษา/แม่บ้าน/อื่นๆ	4 (11.8)	1 (2.9)	19 (55.9)	10 (29.4)	34 (100.0)	
รวม	33 (11.0)	15 (5.0)	194 (64.7)	58 (19.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;9)} = 16.9$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากตารางที่ 4.40 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าค่า χ^2 ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.584 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา หรือหมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา**					χ^2 df=6 (Sig.)
	รักษาสุขภาพ	บำบัดรักษาโรค	พักผ่อนคลายเครียด	ความสวยความงาม	รวม	
ไม่เกิน 20,000 บาท	19 (12.3)	11 (7.1)	99 (63.9)	26 (16.8)	177 (100.0)	8.584 (0.20)
20,001-60,000บาท	6 (6.8)	4 (4.5)	65 (63.6)	22 (25.0)	88 (100.0)	
มากกว่า60,000บาท	8 (14.0)	-	39 (68.4)	10 (17.5)	57 (100.0)	
รวม	33 (11.0)	15 (5.0)	194 (64.7)	58 (19.3)	300 (100.0)	

หมายเหตุ : ค่าวิกฤต $\chi^2_{(0.05;6)} = 12.6$

ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ

ที่มา : จากการสำรวจและการคำนวณ

4.4.7 สรุปผลการศึกษาจากการทดสอบไคสแควร์ (χ^2-test)

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ กับปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่งเป็นตัวแปรตาม มีรายละเอียดดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับปัจจัยด้าน ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา ของผู้บริโภค พบว่า เพศมีอิทธิต่อช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา แสดงว่าเพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้สัดส่วนของ ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา ของผู้บริโภค พบว่า อายุมีอิทธิต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา แสดงว่าอายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้สัดส่วนของ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปาแตกต่างกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ กับปัจจัยด้าน การเลือกประเภทของสปา ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง วันที่มักไปใช้บริการสปา ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา ของผู้บริโภค พบว่า อาชีพมีอิทธิต่อปัจจัยดังกล่าว แสดงว่าอาชีพของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้สัดส่วนของ การเลือกประเภทของสปา ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง วันที่มักไปใช้บริการสปา ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ และสาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ กับปัจจัยด้าน ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง ของผู้บริโภค พบว่า รายได้มีอิทธิต่อความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง แสดงว่ารายได้ของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้สัดส่วนของ ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 แสดงสรุปผลการทดสอบไคสแควร์ (χ^2-test) จำแนกตามปัจจัยด้านต่างๆ

ปัจจัย	เพศ	อายุ	อาชีพ	รายได้
ประเภทของสปา	--	--	*	--
ความถี่ในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อเดือน	--	--	*	**
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาเฉลี่ยต่อครั้ง	--	**	**	**
วันที่มักไปใช้บริการสปา	--	--	**	--
ช่วงเวลาที่ไปใช้บริการ	*	--	**	--
สาเหตุหลักที่มาใช้บริการสปา	**	**	**	--

หมายเหตุ : ** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
* ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10
-- ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ความคิดเห็นของผู้ใช้ผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ใช้ผู้บริโภคชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอบถามจากผู้บริโภคทั้งปัจจัยในภาพรวมและในแต่ละปัจจัย โดยผู้บริโภคสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

4.5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในภาพรวม ผลการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการสปา โดยให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ของสถานประกอบการสปา มากที่สุด มีจำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา มีจำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 ปัจจัยด้านสถานที่ มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และปัจจัยด้านอื่น ๆ อยู่ในระหว่างร้อยละ 1.7 – 8.3 (ตารางที่ 4.42)

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสปา จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ในภาพรวม

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	129	43.0
ด้านราคา	96	32.0
ด้านสถานที่	30	10.0
ด้านส่งเสริมการตลาด	5	1.7
ด้านบุคลากร	25	8.3
ด้านกายภาพ	15	5.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผลการสำรวจ พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับการนวดอะโรมาเธอราพี มากที่สุด มีจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาเป็นนวดแผนไทย มีจำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 การขัดผิว/อบผิว มีจำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 และการนวดฝ่าเท้ารวมกับบริการอื่นๆ มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 (ตารางที่ 4.43)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ	จำนวน	ร้อยละ
นวดแผนไทย	81	27.0
นวดอะโรมาเธอราพี	113	37.7
นวดฝ่าเท้า	36	12.0
ขัดผิว/ อบผิว	68	22.7
อื่น ๆ	2	0.7
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.5.3ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในด้านราคา ผลการสำรวจ พบว่า ในด้านราคาผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญในเรื่องของการที่ราคาค่าบริการไม่สูงเกินไป มากที่สุด มีจำนวน 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ ราคาสามารถต่อรองได้ มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 ราคาไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และการจัดให้มีโปรโมชั่นสำหรับสมาชิก มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 (ตารางที่ 4.44)

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่สูงเกินไป	214	71.3
ราคาไม่เปลี่ยนแปลง	30	10.0
ราคาสามารถต่อรองได้	51	17.0
มีโปรโมชั่นสำหรับสมาชิก	5	1.7
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในด้านสถานที่ ผลการสำรวจ พบว่า ในด้านสถานที่ผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญในเรื่องของการมีสถานที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย และการอยู่ในแหล่งชุมชนไปกลับสะดวก มีค่าใกล้เคียงกัน คือ มีจำนวน 109 และ 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.3 และ 36.0 ตามลำดับ รองลงมาคือ อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 และเรื่องของความสะอาด มีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7(ตารางที่ 4.45)

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	78	26.0
อยู่ในแหล่งชุมชน ไปกลับสะดวก	108	36.0
มีสถานที่จอดรถสะดวกและปลอดภัย	109	36.3
มีความสะอาด	5	1.7
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.5.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการสำรวจ พบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ มากที่สุด มีจำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือการพนักงานขายและแนะนำสินค้าและบริการ มีจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 การป้ายแสดงการบริการด้านต่าง ๆ ชัดเจน มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 และการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 (ตารางที่ 4.46)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ	144	48.0
มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	38	12.7
มีพนักงานขายและแนะนำสินค้าและบริการ	78	26.0
มีป้ายแสดงการบริการด้านต่าง ๆ ชัดเจน	40	13.3
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.5.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในด้านบุคลากร ผลการสำรวจ พบว่าในด้านบุคลากรผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญในเรื่องของการที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากที่สุด มีจำนวน 115 ราย คิดเป็น ร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี มีจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 และพนักงานมีการฝึกอบรมจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ มีจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 (ตารางที่ 4.47)

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด	58	19.3
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	115	38.3
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสปาเป็นอย่างดี	94	31.3
พนักงานมีการฝึกอบรมจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ	33	11.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในด้านกายภาพ ผลการสำรวจ พบว่า ในด้านกายภาพผู้ใช้บริการสปาส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญในในเรื่องของการสถานที่สะอาดและตกแต่งสวยงามเป็นธรรมชาติ มากที่สุด มีจำนวน 142 ราย คิดเป็น ร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ การแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน/ส่วนตัว มีจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีบรรยากาศดี และอากาศเย็นสบาย มีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 และการมีดนตรีบรรเลงเบา ๆ สบาย ๆ มีจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 (ตารางที่ 4.48)

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา ด้านกายภาพ

ปัจจัยด้านกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่สะอาดและตกแต่งสวยงามเป็นธรรมชาติ	142	47.3
มีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน/ส่วนตัว	90	30.0
มีบรรยากาศดี และอากาศเย็นสบาย	47	15.7
มีดนตรีบรรเลงเบา ๆ สบาย ๆ	21	7.0
รวม	300	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.5.8 ข้อคิดเห็น ผลการสำรวจ พบว่า มีผู้ใช้บริการสปาแสดงความคิดเห็นเพียงร้อยละ 28.2 ส่วนใหญ่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ ร้อยละ 25.6 รองลงมา การเข้าถึงสถานประกอบการลำบากร้อยละ 22.5 อุปกรณ์เครื่องมือไม่เพียงพอร้อยละ 13.7 บุคลากรขาดความชำนาญร้อยละ 12.0 แอร์ไม่เย็นร้อยละ 9.5 สถานบริการมีเสียงดังเกินไปร้อยละ 8.3 ห้องน้ำไม่สะอาดร้อยละ 5.2 และบุคลากรไม่มีมนุษยสัมพันธ์ร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 4.49)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.49 แสดงร้อยละของผู้ใช้บริการสปา จำแนกตามข้อคิดเห็น

ข้อคิดเห็น	ร้อยละ
แสดงความคิดเห็น	**28.2**
สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	25.6
การเข้าถึงสถานประกอบการลำบาก	22.5
อุปกรณ์เครื่องมือไม่เพียงพอ	13.7
บุคลากรขาดความชำนาญ	12.0
แอร์ไม่เย็น	9.5
เสียงดังเกินไป	8.3
ห้องน้ำไม่สะอาด	5.2
บุคลากรไม่มีมนุษยสัมพันธ์	3.5
ไม่แสดงความคิดเห็น	**71.8**

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved