

ผนวก ค

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีเป้าหมายที่จะสำรวจถึงความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสปา รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปา โดยการส่งแบบสอบถามระหว่างวันที่ 10 - 17 กันยายน 2549 จำนวน 400 ชุด มีจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 395 ชุด จากผลการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม สามารถวิเคราะห์ผลสำรวจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสปา โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้นำเสนอเป็น 5 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แสดงในตารางที่
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา แสดงในตารางที่
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลการทดสอบแนวคิดเรื่องสปาเพชร และสถานบริการสปาใกล้บ้าน แสดงในตารางที่
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา แสดงในตารางที่
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลการรับสื่อข่าวสารที่เกี่ยวกับสปา แสดงในตารางที่
- ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา

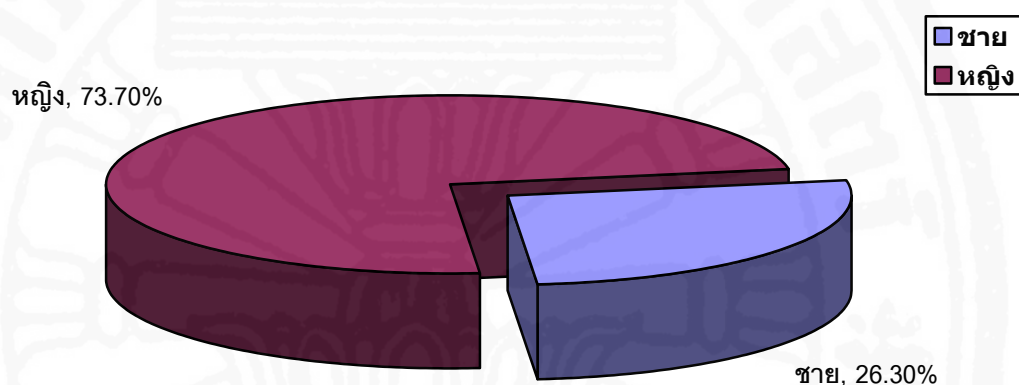
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ เงินเก็บต่อเดือนหลังหักค่าใช้จ่าย อาชีพ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะตาราง แผนภูมิ และการอธิบายผลการวิจัยประกอบ ตามลำดับดังนี้

ตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	104	26.30
หญิง	291	73.70
รวม	395	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

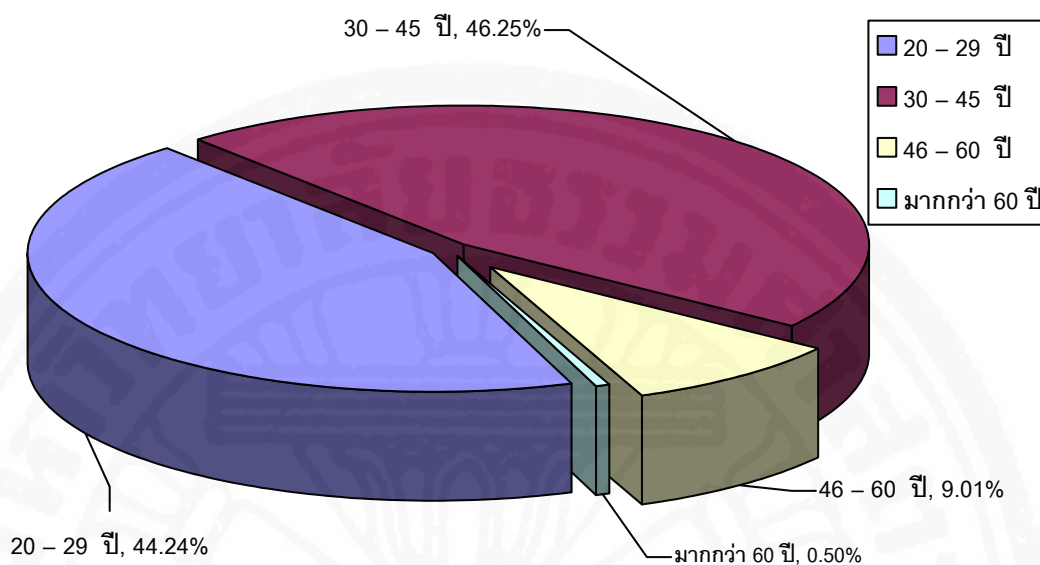


จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ เป็นเพศหญิง 291 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.70 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในขณะที่เป็นเพศชายมีจำนวน 104 คน หรือร้อยละ 26.30

ตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 29 ปี	176	44.20
30 – 45 ปี	184	46.20
46 – 60 ปี	36	9.00
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	2	.50
รวม	398	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

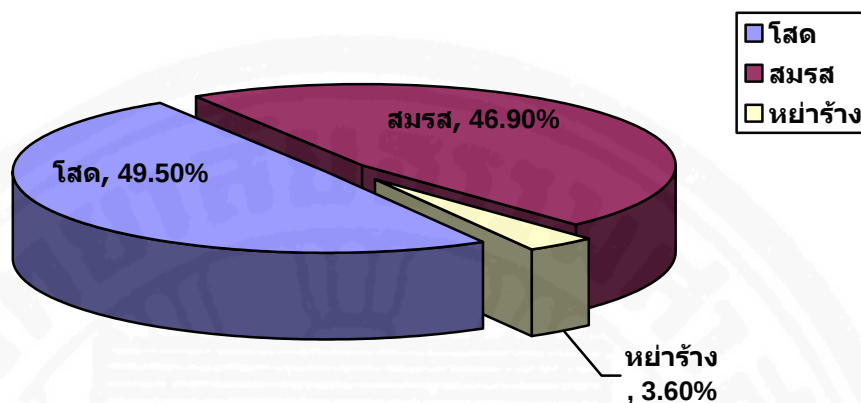


จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ที่จำแนกตามอายุ ได้ผลดังนี้ กลุ่มช่วงอายุที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มช่วงอายุ 30-45 ปี มีจำนวน 184 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.20 อันดับรองลงมาคือกลุ่มช่วงอายุ 20-29 ปี มีจำนวน 176 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 44.20

ตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	194	49.50
สมรส	184	46.90
หย่าร้าง	14	3.60
รวม	392	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

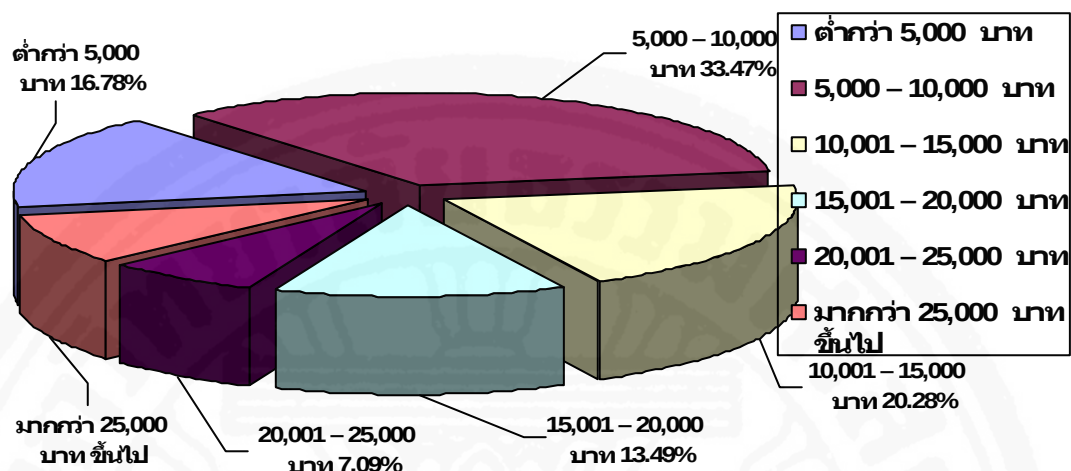


จะเห็นได้ว่าจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจำแนกตามสถานภาพ มีสถานภาพเป็นโสดอยู่มากที่สุดคือจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนอันดับรองลงมาก็คือสถานภาพสมรส มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 และสถานภาพ หย่าร้างจำนวน 14 คน สัดส่วนร้อยละ 3.60

ตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเงินเก็บต่อเดือนหลังหักค่าใช้จ่าย

เงินเก็บต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	66	16.80
5,000 – 10,000 บาท	132	33.50
10,001 – 15,000 บาท	80	20.30
15,001 – 20,000 บาท	53	13.50
20,001 – 25,000 บาท	28	7.10
มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป	35	8.90
รวม	394	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเงินเก็บต่อเดือนหลังหักค่าใช้จ่าย

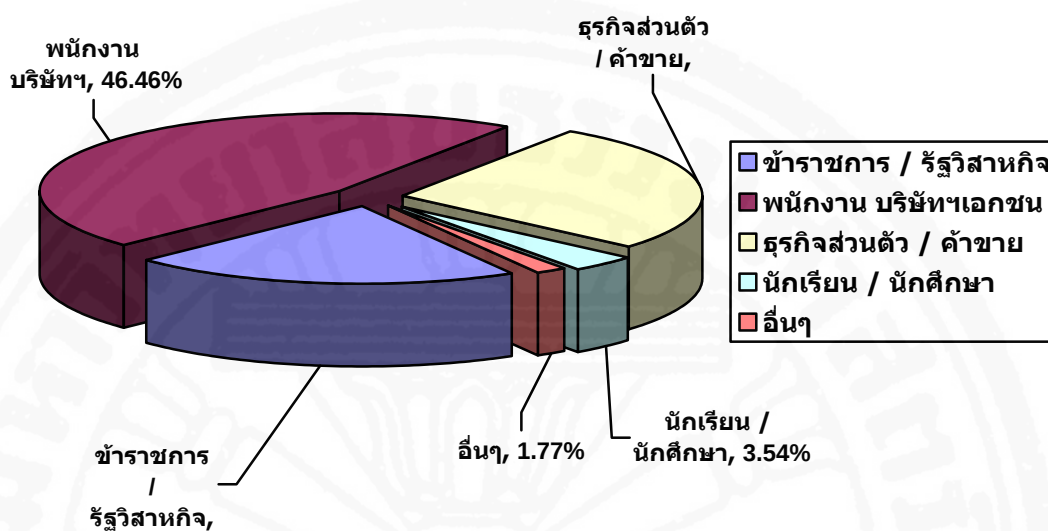


จากกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเงินเก็บต่อเดือนหลังหักค่าใช้จ่าย พบว่ากลุ่มเงินเก็บต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีสัดส่วนมากที่สุดเป็นจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 กลุ่มเงินเก็บต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีสัดส่วนมากเป็นอันดับสองเป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเงินเก็บต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 กลุ่มเงินเก็บต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 กลุ่มเงินเก็บต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 และกลุ่มสุดท้ายเงินเก็บต่อเดือน 20,001-25,000 บาท มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ซึ่งมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	84	21.20
พนักงานบริษัทเอกชน	184	46.50
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	107	27.00
นักเรียน / นักศึกษา	14	3.50
อื่นๆ	7	1.80
รวม	396	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ



การจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ เห็นได้ว่า สัดส่วนอาชีพจากกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 184 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.5 อันดับรองลงมา คือ กลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน 107 คน หรือร้อยละ 27.00 กลุ่มอาชีพอันดับถัดไป ได้แก่ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 กลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 14 คน หรือร้อยละ 3.5 และ อาชีพ อื่นๆ มีจำนวน 7 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 1.8

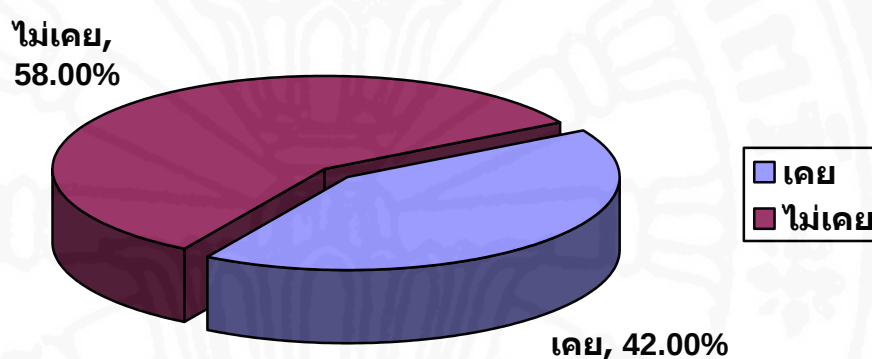
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสปา การประเมินผลข้อมูล ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ซึ่งใช้ในการอธิบาย ลักษณะข้อมูลทั่วไปที่เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เคยใช้บริการหรือไม่ ใช้บริการโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน ใช้บริการส่วนไหนบ้าง จำนวนเวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เป็นต้น

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์เคยใช้บริการสปาหรือไม่

ประสบการณ์การใช้บริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
เคย	168	42.00
ไม่เคย	232	58.00
รวม	400	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์เคยใช้บริการสปาหรือไม่

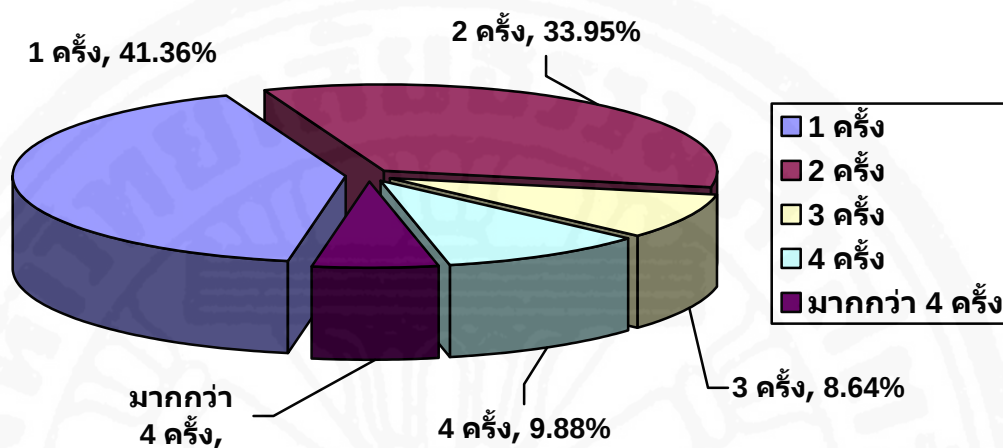


จากกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์เคยใช้บริการสปา เห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการสปา มีจำนวน 232 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา มีจำนวน 168 คน หรือร้อยละ 42

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา โดยจำแนกตามจำนวนครั้งในการเข้ารับบริการสปาต่อเดือน

จำนวนครั้งในการเข้าสปาต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	67	41.40
2 ครั้ง	55	34.00
3 ครั้ง	14	8.60
4 ครั้ง	16	9.90
มากกว่า 4 ครั้ง	10	6.20
รวม	162	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา จำแนกโดยจำนวนครั้งในการเข้ารับบริการสปาต่อเดือน

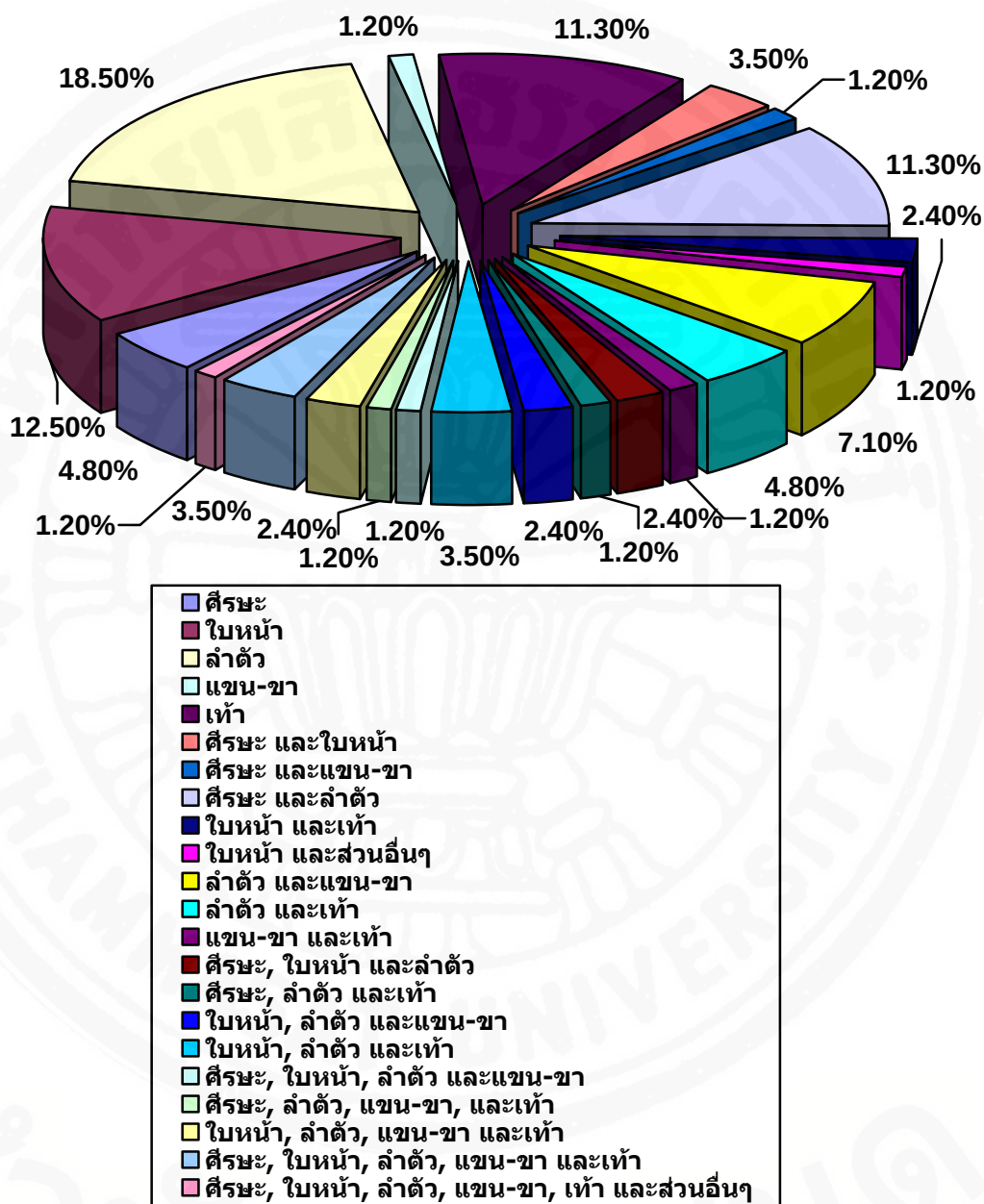


จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามจำนวนครั้งเฉลี่ยในการเข้ารับบริการสปาในแต่ละเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 67 คน หรือร้อยละ 41.4 เข้ารับบริการสปาเดือนละหนึ่งครั้ง กลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนมากเป็นอันดับรองลงมาคือ กลุ่มที่เข้ารับบริการสปาเดือนละ 2 ครั้ง มีจำนวน 55 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 กลุ่มถัดมาได้แก่ กลุ่มที่เข้ารับบริการสปา 4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ส่วนกลุ่มที่เข้ารับบริการสปาเดือนละ 3 ครั้ง มีจำนวน 14 คน หรือร้อยละ 8.6 อันดับสุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับบริการสปา มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.2

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตาม
ส่วนของร่างกายที่เคยได้รับบริการสปา

ส่วนของร่างกายที่เคยได้รับบริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
ศีรษะ	8	4.80
ใบหน้า	21	12.50
ลำตัว	31	18.50
แขน-ขา	2	1.20
เท้า	19	11.30
ศีรษะ และใบหน้า	6	3.60
ศีรษะ และแขน-ขา	2	1.20
ศีรษะ และลำตัว	19	11.30
ใบหน้า และเท้า	4	2.40
ใบหน้า และส่วนอื่นๆ	2	1.20
ลำตัว และแขน-ขา	12	7.10
ลำตัว และเท้า	8	4.80
แขน-ขา และเท้า	2	1.20
ศีรษะ, ใบหน้า และลำตัว	4	2.40
ศีรษะ, ลำตัว และเท้า	2	1.20
ใบหน้า, ลำตัว และแขน-ขา	4	2.40
ใบหน้า, ลำตัว และเท้า	6	3.60
ศีรษะ, ใบหน้า, ลำตัว และแขน-ขา	2	1.20
ศีรษะ, ลำตัว, แขน-ขา, และเท้า	2	1.20
ใบหน้า, ลำตัว, แขน-ขา และเท้า	4	2.40
ศีรษะ, ใบหน้า, ลำตัว, แขน-ขา และเท้า	6	3.60
ศีรษะ, ใบหน้า, ลำตัว, แขน-ขา, เท้า และส่วน อื่นๆ	2	1.20
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามส่วนต่างๆของร่างกายที่เคยเข้ารับบริการสปา



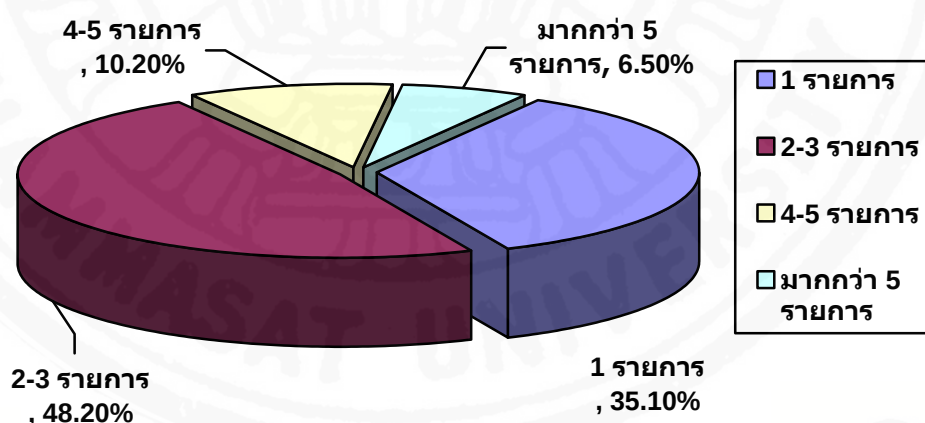
จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามส่วนต่างๆของร่างกายที่เคยเข้ารับบริการสปานั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการในส่วนของลำตัวมากเป็นอันดับที่สูงที่สุด คือจำนวน 31 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.5 ของจำนวนทั้งหมด กลุ่มที่มีสัดส่วนมากเป็นอันดับสองได้แก่ กลุ่มที่เคยเข้ารับบริการในส่วนใบหน้า มีจำนวนสูงถึง 21 คน หรือ

ร้อยละ 12.5 อันดับรองลงมาคือ กลุ่มที่เคยใช้บริการในส่วนเท้า และกลุ่มที่เคยใช้บริการในส่วนของศีรษะ และลำตัว ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากันคือ 19 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.3 ของทั้งหมด

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา โดยจำแนกตามจำนวนรายการในการรับบริการต่อการใช้บริการ 1 ครั้ง

จำนวนรายการในการรับบริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 รายการ	59	35.10
2-3 รายการ	81	48.20
4-5 รายการ	17	10.10
มากกว่า 5 รายการ	11	6.50
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา จำแนกตามจำนวนรายการในการเข้ารับบริการต่อครั้ง

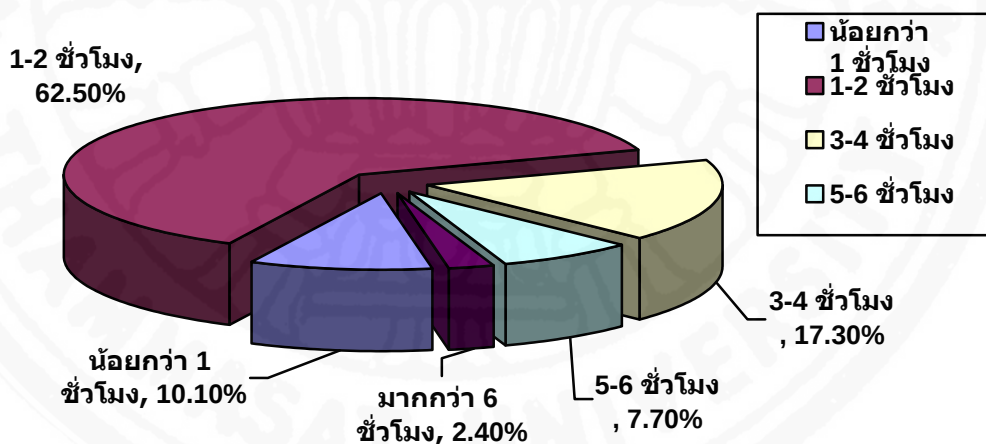


จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา จำแนกตามจำนวนรายการในการเข้ารับบริการต่อครั้ง เป็นดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการครั้งละ 2-3 รายการ มีสัดส่วนมากที่สุดคือร้อยละ 48.20 หรือจำนวน 81 คน กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการครั้งละ 1 รายการ มีจำนวน 59 คน หรือร้อยละ 35.1 กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการ 4-5 รายการ เป็นสัดส่วนที่มากเป็นอันดับถัดมา โดยมีจำนวน 17 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.20 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการมากกว่า 5 รายการต่อครั้ง มีจำนวน 11 คน หรือร้อยละ 6.5

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตาม
ระยะเวลาในการเข้ารับบริการสปาในแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการรับบริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	17	10.10
1 - 2 ชั่วโมง	105	62.50
3 - 4 ชั่วโมง	29	17.30
5 - 6 ชั่วโมง	13	7.70
มากกว่า 6 ชั่วโมง	4	2.40
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามระยะเวลาในการ
เข้ารับบริการสปาในแต่ละครั้ง

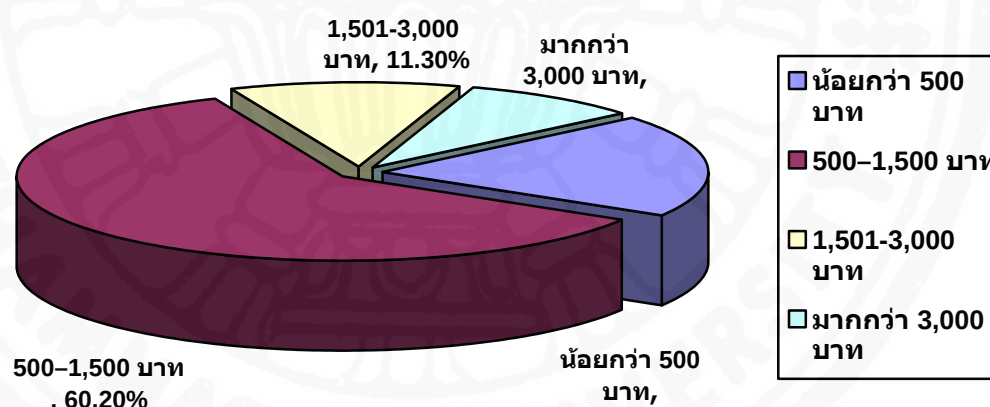


จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามระยะเวลาในการเข้ารับบริการ
ในแต่ละครั้ง จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 ชั่วโมงในการรับบริการ
แต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.5 หรือจำนวน 105 คน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง
มีจำนวนมากเป็นอันดับที่สองคือ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มถัดมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้
ระยเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวน 17 คน หรือร้อยละ 10.10 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลา 5-6
ชั่วโมง มีจำนวน 13 คน หรือร้อยละ 7.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลามากกว่า 6 ชั่วโมง มี
สัดส่วนที่น้อยที่สุด คือร้อยละ 2.40 คิดเป็นจำนวน 4 คน

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา จำแนกตาม
ราคาค่าบริการในแต่ละครั้ง

ราคาค่าบริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	33	19.60
500–1,500 บาท	101	60.20
1,501-3,000 บาท	19	11.30
มากกว่า 3,000 บาท	15	8.90
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการสปา จำแนกตามราคาค่าบริการ
ในแต่ละครั้ง

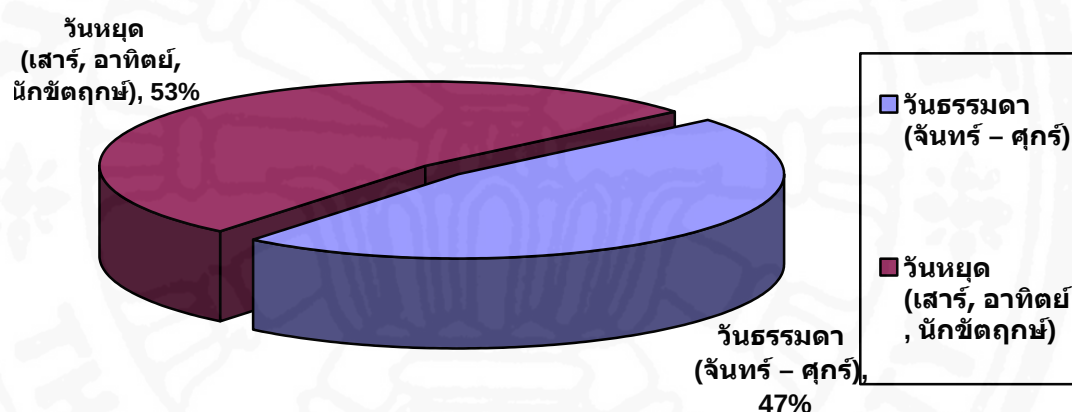


จากกลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้บริการสปาโดยชำระค่าบริการต่อครั้งเป็นจำนวน 500-1,500 บาท เป็นสัดส่วนร้อยละ 60.10 คิดเป็นจำนวน 101 คน กลุ่มตัวอย่างที่เสียค่าบริการน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้งมีสัดส่วนที่มากเป็นอันดับสอง มีจำนวน 33 คน หรือร้อยละ 19.60 กลุ่มที่ชำระค่าบริการ 1,501-3,000 บาทต่อครั้ง มีสัดส่วนเป็นอันดับถัดมามีจำนวน 19 คน สัดส่วนร้อยละ 11.30 กลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่เสียค่าบริการมากกว่า 3,000 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.90

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตาม
ประเภทวันที่เข้ารับบริการสปา

ประเภทวัน	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์)	79	47.00
วันหยุด (เสาร์, อาทิตย์, นักขัตฤกษ์)	89	53.00
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามประเภทวันที่เข้า
ใช้บริการสปา

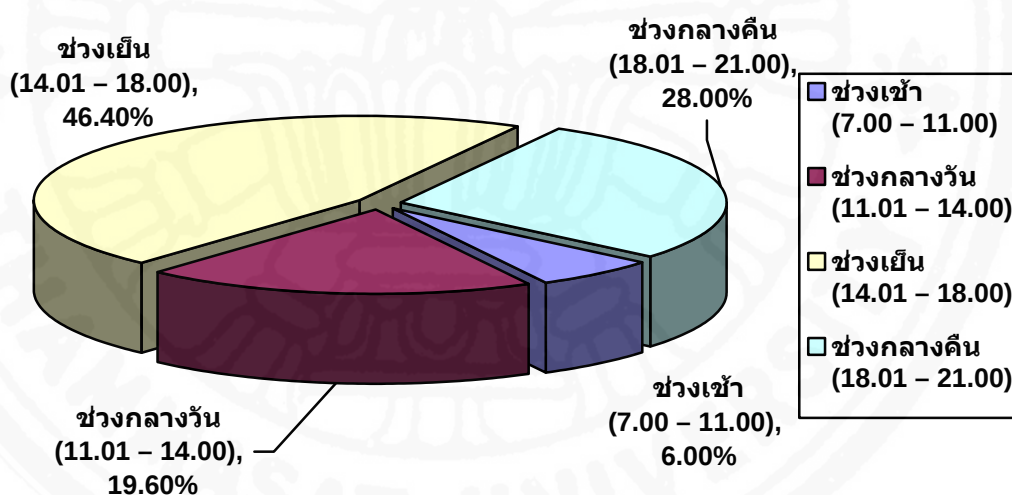


จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการสปาในช่วงวันหยุด (เสาร์, อาทิตย์, วันนักขัตฤกษ์) มีจำนวนมากกว่า กลุ่มที่เข้ามาใช้บริการสปาในช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) โดย กลุ่มตัวอย่างที่
ใช้บริการสปาในวันหยุดมีจำนวน 89 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้
บริการสปาในช่วงวันธรรมดามีจำนวน 79 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตาม
ช่วงเวลาในการเข้ารับบริการสปา

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (7.00 – 11.00)	10	6.00
ช่วงกลางวัน (11.01 – 14.00)	33	19.60
ช่วงเย็น (14.01 – 18.00)	78	46.40
ช่วงกลางคืน (18.01 – 21.00)	47	28.00
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามช่วงเวลาในการ
เข้ารับบริการสปา

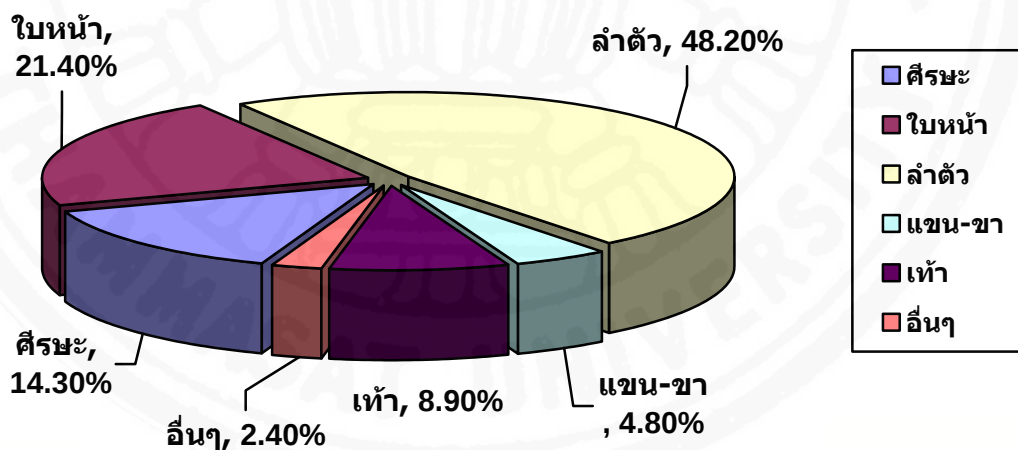


จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการสปาในช่วงเวลาเย็น (14.01-18.00) มากที่สุดเป็นจำนวน 78 คน หรือร้อยละ 46.40 อันดับรองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการในช่วงเวลากลางคืน (18.01-21.00) เป็นจำนวน 47 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ส่วนกลุ่มที่เข้าใช้บริการสปาในช่วงเวลากลางวัน (11.01-14.00) มีจำนวน 33 คน หรือร้อยละ 19.60 กลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่เข้าใช้บริการสปาในช่วงเวลาเช้า (7.00-11.00) จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 6.00

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตาม
ส่วนของร่างกายที่นิยมทำสปามากที่สุด

ส่วนของร่างกายที่นิยมทำสปา	จำนวน	ร้อยละ
ศีรษะ	24	14.30
ใบหน้า	36	21.40
ลำตัว	81	48.20
แขน-ขา	8	4.80
เท้า	15	8.90
อื่นๆ	4	2.40
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามส่วนของร่างกาย
ที่นิยมทำสปามากที่สุด

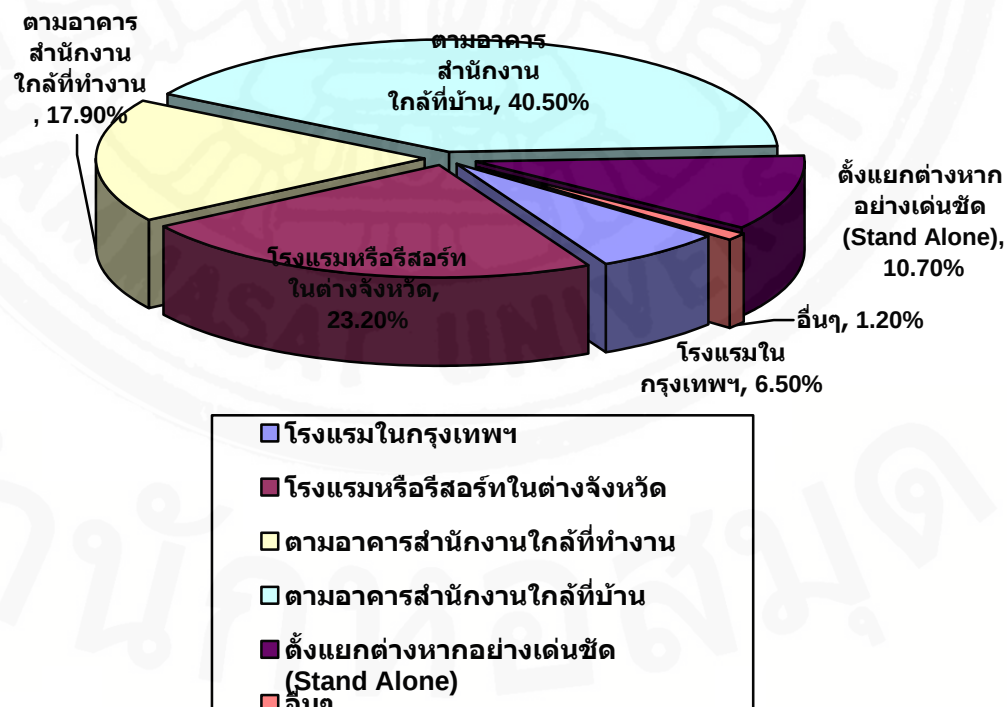


จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา นิยมรับบริการสปาในส่วนลำตัวมากที่สุด เป็นจำนวน 81 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.20 กลุ่มตัวอย่างที่นิยมรับบริการสปาในส่วนใบหน้า มีจำนวน 36 คน หรือร้อยละ 21.40 ซึ่งเป็นสัดส่วนมากเป็นอันดับสอง กลุ่มตัวอย่างที่นิยมรับบริการสปาในส่วนศีรษะ มากเป็นอันดับสาม มีจำนวน 24 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.30 อันดับถัดมาคือกลุ่มตัวอย่างที่นิยมรับบริการสปาในส่วนเท้า จำนวน 15 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.9 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่นิยมรับบริการในส่วนแขน-ขานั้น มีจำนวน 8 คน หรือร้อยละ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่นิยมรับบริการในส่วนอื่นๆที่นอกเหนือจากนี้มีจำนวน 4 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.4

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตาม
ลักษณะของสถานบริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างไป

ลักษณะสถานบริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรมในกรุงเทพฯ	11	6.50
โรงแรมหรือรีสอร์ทในต่างจังหวัด	39	23.20
ตามอาคารสำนักงานใกล้ที่ทำงาน	30	17.90
ตามอาคารสำนักงานใกล้ที่บ้าน	68	40.50
ตั้งแยกต่างหากอย่างเด่นชัด (Stand Alone)	18	10.70
อื่นๆ	2	1.20
รวม	168	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการสปา จำแนกตามลักษณะของ
สถานบริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างไป

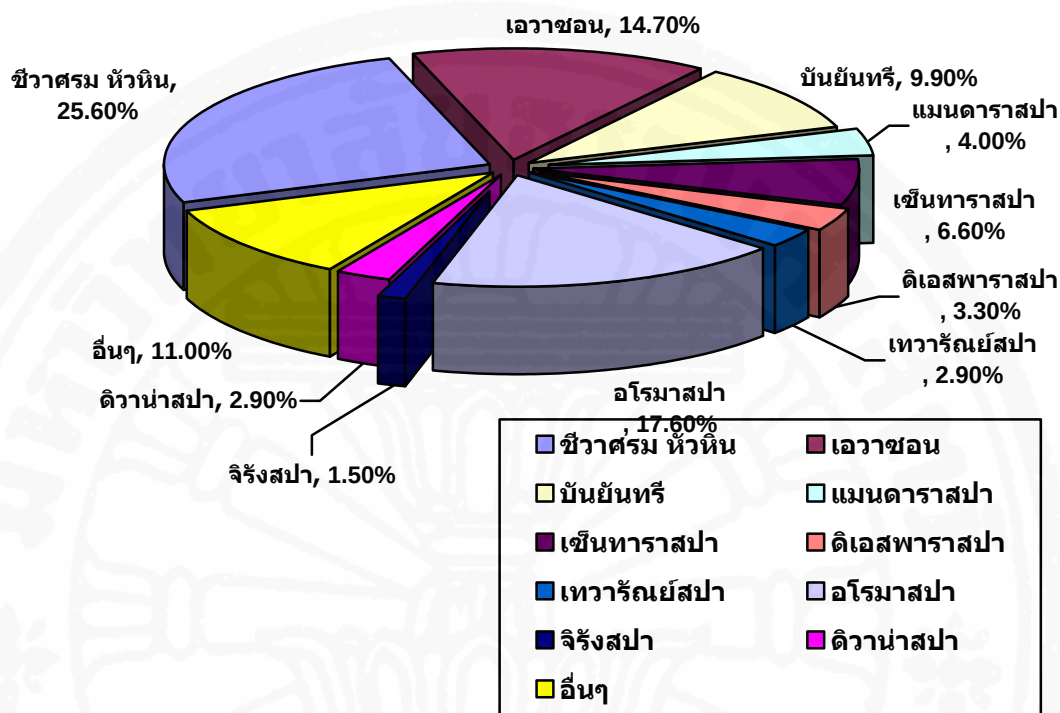


ลักษณะของสถานบริการสปาส่วนใหญ่ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้บริการเป็นสถานบริการสปาที่อยู่ตามอาคารสำนักงานใกล้บ้าน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.50 หรือจำนวน 68 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาที่เป็นโรงแรม หรือรีสอร์ทในต่างจังหวัดมีจำนวน 39 คน หรือร้อยละ 23.20 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการจากสถานบริการสปาที่อยู่ตามอาคารสำนักงานใกล้ที่ทำงาน มีจำนวน 30 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.90 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปาที่ตั้งแยกเป็นร้านต่างหากอย่างเด่นชัด(Stand Alone) มีจำนวน 18 คน หรือร้อยละ 10.70 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสปากับสถานบริการสปาที่ตั้งอยู่ในโรงแรมในเขตกรุงเทพ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และกลุ่มที่เข้าสถานบริการสปาในลักษณะรูปแบบอื่นๆ มีจำนวน 2 คน หรือร้อยละ 1.2

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานบริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะไปทดลองใช้มากที่สุด

ชื่อสถานบริการสปา	จำนวน	ร้อยละ
ชีวาศรม หัวหิน	70	25.60
เอวาซอน	40	14.70
บันยันทรี	27	9.90
แมนดาราสปา	11	4.00
เซ็นทาราสปา	18	6.60
ดิเอสพาราสปา	9	3.30
เทวาร์ณย์สปา	8	2.90
อโรมาสปา	48	17.60
จิรังสปา	4	1.50
ดิวน่าสปา	8	2.90
อื่นๆ	30	11.00
รวม	273	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานบริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะไปทดลองใช้มากที่สุด



จากกลุ่มตัวอย่าง ที่จำแนกตามความต้องการที่กลุ่มตัวอย่างต้องการไปทดลองใช้บริการมากที่สุด ได้ผลดังนี้ สถานบริการสปาที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะไปทดลองใช้บริการมากที่สุดคือ ชีวาศรมหัวหิน มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 อันดับที่สองได้แก่ อโรมาสปา มีจำนวน 48 คน หรือร้อยละ 84.60 เอวาซอน มีสัดส่วนมากเป็นอันดับสาม มีจำนวน 40 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.70

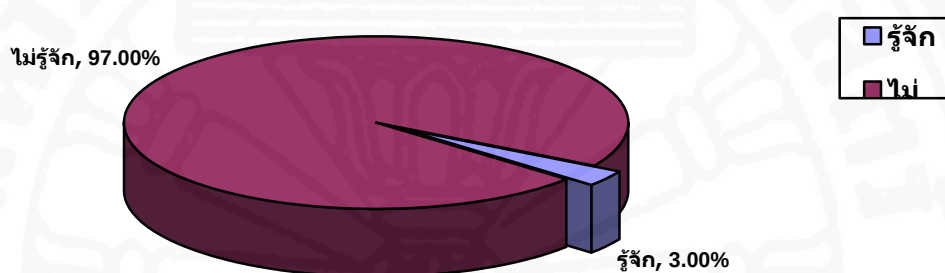
ส่วนที่ 3 ข้อมูลทดสอบแนวคิดเรื่องสปาเพชร และสถานบริการสปาใกล้บ้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบแนวคิดเรื่องสปาเพชร ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปที่เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทดสอบแนวคิดเรื่องสปาเพชร ได้แก่ รู้จักสปาเพชรหรือไม่ เคยใช้บริการสปาเพชรหรือไม่ มีความสนใจที่จะทดลองใช้หรือไม่ อัตราค่าบริการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเป็นเท่าไร เป็นต้น

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้จักสปาเพชร

ความรู้จักสปาเพชร	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	12	3.00
ไม่รู้จัก	382	97.00
รวม	394	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้จักสปาเพชร

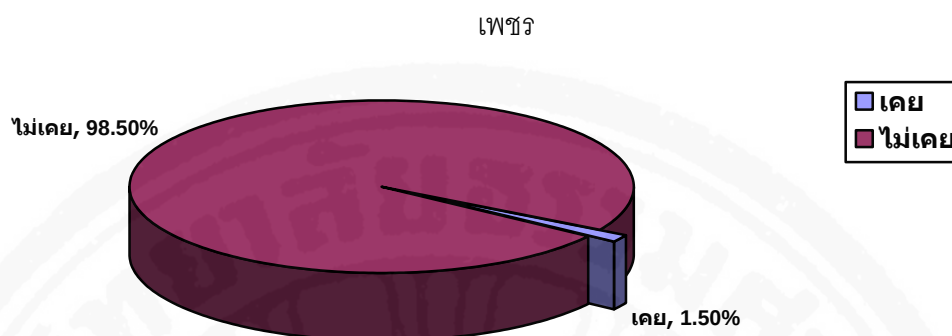


แสดงให้เห็นถึง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 382 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.00 ไม่รู้จักสปาเพชร ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 12 คน หรือร้อยละ 3.00 เท่านั้นที่รู้จักสปาเพชร

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การเข้ารับบริการสปาเพชร

เคยใช้บริการสปาเพชรหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	6	1.50
ไม่เคย	388	98.50
รวม	394	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การเข้ารับบริการสปา

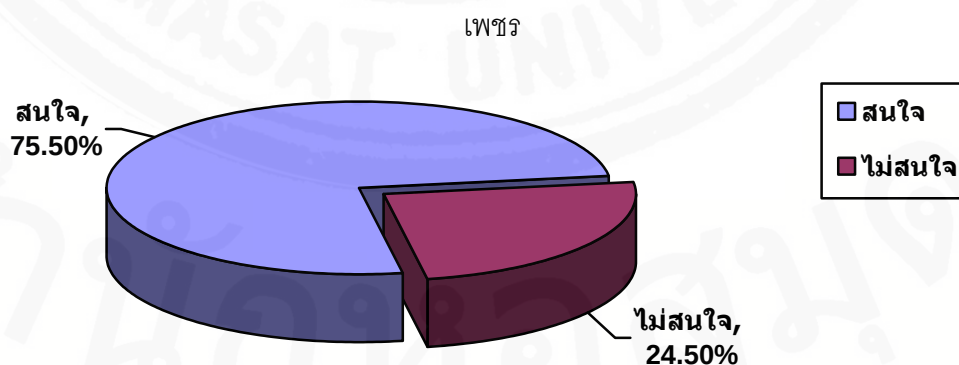


กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีเพียง 6 คน หรือร้อยละ 1.50 เท่านั้นที่เคยใช้บริการสปาเพชร ส่วนที่เหลือร้อยละ 98.50 หรือจำนวน 388 คน ไม่เคยเข้าใช้บริการสปาเพชรมาก่อนเลย

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจที่จะทดลองใช้บริการสปาเพชร

สนใจทดลองใช้บริการสปาเพชร	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	280	75.50
ไม่สนใจ	91	24.50
รวม	371	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจที่จะทดลองใช้บริการสปา

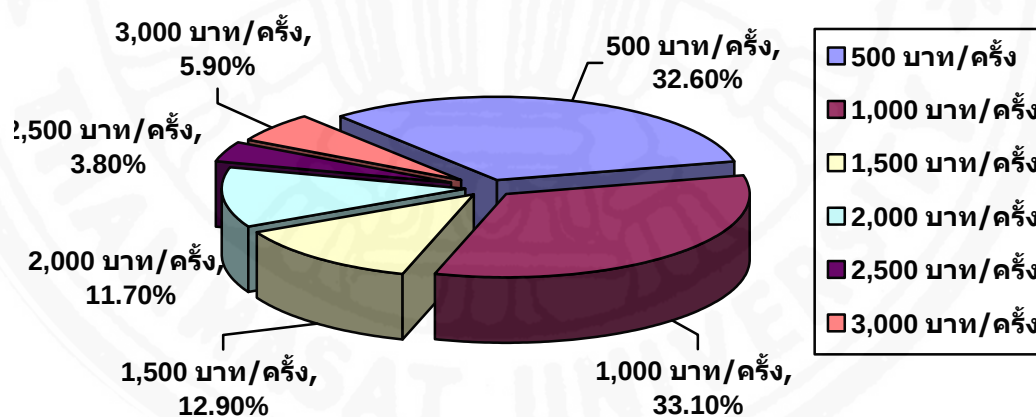


พบว่าในกลุ่มตัวอย่างมีหน่วยตัวอย่างจำนวน 280 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75.50 มีความสนใจที่จะทดลองใช้บริการสปาเพชร ในขณะที่มีหน่วยตัวอย่างจำนวน 91 คน หรือร้อยละ 24.50 ที่ไม่สนใจในสปาเพชรเลย

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาการเข้ารับบริการ
สปาเพชรในความคิดของกลุ่มตัวอย่าง

ราคาค่าบริการสปาเพชร	จำนวน	ร้อยละ
500 บาท/ครั้ง	111	32.60
1,000 บาท/ครั้ง	113	33.10
1,500 บาท/ครั้ง	44	12.90
2,000 บาท/ครั้ง	40	11.70
2,500 บาท/ครั้ง	13	3.80
3,000 บาท/ครั้ง	20	5.90
รวม	341	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาการเข้ารับบริการสปาเพชรใน
ความคิดของกลุ่มตัวอย่าง



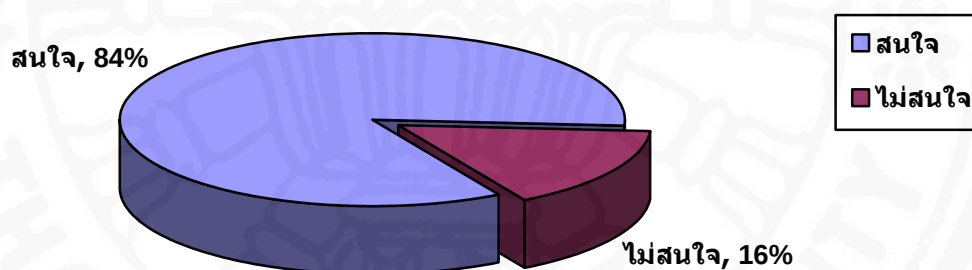
จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตามราคาในการเข้ารับบริการ สปาเพชร ในความคิด
ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า หน่วยตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 113 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.10 มี
ความเห็นว่ารราคาการเข้ารับบริการต่อครั้งควรอยู่ในช่วง 1,000 บาท ในขณะที่หน่วยตัวอย่างที่มี
ความเห็นว่ารราคาควรอยู่ในช่วงประมาณ 500 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 111 คน หรือร้อยละ 32.60
และมีหน่วยตัวอย่างจำนวน 44 คน หรือร้อยละ 12.9 ที่มีความเห็นว่ารราคาควรอยู่ในช่วง 1,500
บาทต่อครั้ง กลุ่มที่มีความเห็นว่ารราคาควรเป็น 2,000 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นสัดส่วน
ร้อยละ 11.7 ส่วนกลุ่มที่มีความเห็นว่ารราคาควรอยู่ในช่วง 3,00 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 20 คน หรือ

เป็นสัดส่วนร้อยละ 5.9 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มที่มีความเห็นว่าราคาควรอยู่ในช่วง 2,500 บาทต่อครั้ง มีจำนวน 13 คน หรือร้อยละ 3.8

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสถานบริการสปาเปิดใหม่ใกล้บ้าน

สถานบริการสปาเปิดใหม่ใกล้บ้าน	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	313	84.40
ไม่สนใจ	58	15.60
รวม	371	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับสถานบริการสปาเปิดใหม่ใกล้บ้าน



จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจเกี่ยวกับร้านบริการสปาเปิดใหม่ใกล้บ้าน มีหน่วยตัวอย่างให้ความสนใจที่จะมาทดลองใช้บริการ จำนวน 313 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.30 และ หน่วยตัวอย่างที่ไม่มีความสนใจ มีจำนวน 58 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสปา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้วยการพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา	Mean	Std. Deviation
ความปลอดภัยของรูปแบบการให้บริการ	4.38	0.938
ความชำนาญหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	4.26	0.877
การให้ส่วนลดพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ	4.23	0.943
ความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ	4.15	0.801
ราคาค่าบริการ	4.14	1.029
การจัดโปรแกรมเป็น Package	4.05	1.037
การบริการและการให้คำแนะนำ	4.02	0.916
ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์	4.01	0.893
สิ่งอำนวยความสะดวก	4.01	0.9
ความน่าเชื่อถือของบุคคลากรที่ให้บริการ	3.97	0.895
ความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการ	3.96	0.841
การตกแต่งสถานที่	3.96	0.934
การจัดให้มีกิจกรรมร่วมกับบัตรเครดิต ทัวร์และโรงแรม	3.95	1.068
ความสะดวกในการเดินทาง	3.94	1.101
การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงาน	3.87	0.794
กิจกรรมส่งเสริมการขาย	3.87	1.000
ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของกิจการ	3.79	0.945

จากการสอบถามความคิดเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ เรื่องของความปลอดภัยของรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยสำคัญในอันดับที่สองคือ เรื่องของความชำนาญหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อันดับถัดมาคือ การให้ส่วนลดพิเศษในรูปแบบต่างๆ

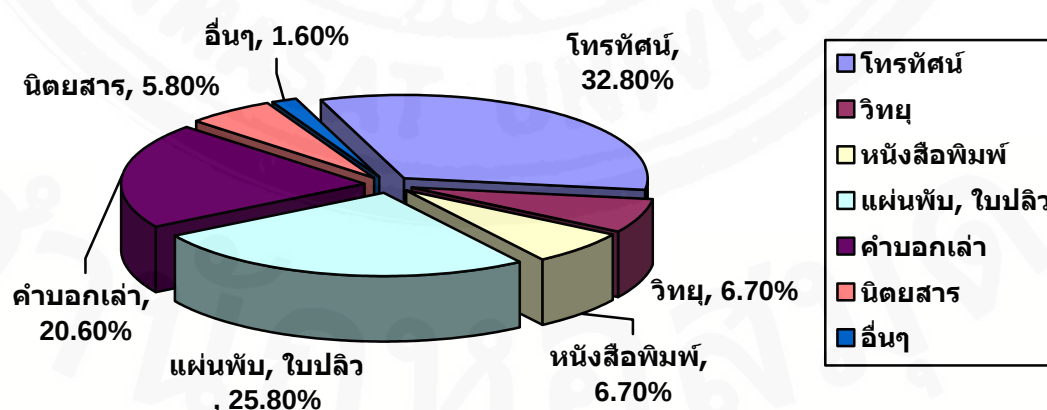
ส่วนที่ 5 ข้อมูลการรับสื่อข่าวสารเกี่ยวกับสปป

การวิเคราะห์ข้อมูลในการรับข่าวสารเกี่ยวกับสปป ใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ในการอธิบายถึงการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปปจากสื่อใดมากที่สุด

ตารางแจกแจงความถี่ และสัดส่วนร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปป

ราคาค่าบริการสปปเพชร	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	113	32.80
วิทยุ	23	6.70
หนังสือพิมพ์	23	6.70
แผ่นพับ, ใบปลิว	89	25.80
คำบอกเล่า	71	20.60
นิตยสาร	20	5.80
อื่นๆ	6	1.60
รวม	345	100.00

แผนภูมิแสดงสัดส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปป



เห็นได้ว่า หน่วยตัวอย่างส่วนใหญ่ รับข่าวสารด้านสปปจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 113 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 32.80 กลุ่มที่มากเป็นอันดับสองได้แก่ หน่วยตัวอย่างที่รับข่าวสารสปปทาง

แผ่นพับ ใบปลิว เป็นจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ส่วนหน่วยตัวอย่างที่รับข่าวสารสปรากจากคำบอกเล่า มีจำนวน 71 คน หรือร้อยละ 20.60 กลุ่มที่รับข่าวสารสปรากทางวิทยุ และหนังสือพิมพ์ มีสัดส่วนที่เท่ากันคือ 23 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.70 และกลุ่มตัวอย่างที่รับข่าวสารสปรากทางนิตยสาร จำนวน 20 หรือร้อยละ 5.8 ในขณะที่กลุ่มที่รับข่าวสารทางอื่น มีจำนวน 6 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.7

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการใช้บริการสปราก
ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย และอายุ ของผู้ที่สนใจที่จะเข้า
ใช้บริการสปรากใกล้บ้าน

		อายุ				รวม
		20-29 ปี	30-45 ปี	46 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
เงินออม หลังหัก ค่าใช้จ่าย	น้อยกว่า 5,000 บาท	32	7	6	0	45
	5,000 – 10,000 บาท	68	34	0	0	102
	10,001 – 15,000 บาท	22	36	2	0	60
	15,001 – 20,000 บาท	12	33	2	2	49
	20,001 – 25,000 บาท	5	17	0	0	22
	มากกว่า 25,000 บาท	2	13	16	0	31
รวม		141	140	26	2	309

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	154.305	15	.000
Likelihood Ratio	131.623	15	.000
Linear-by-Linear Association	67.580	1	.000
N of Valid Cases	309		

จากการวิเคราะห์การทดสอบไคกำลังสองพบว่า ค่าไคกำลังสองเท่ากับ 154.305 ระดับชั้นความเสรีเท่ากับ 15 และค่าพีเท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แปลว่า อายุ และเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กัน เพราะฉะนั้น จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย และอายุ ของผู้ที่สนใจที่จะเข้าใช้บริการสปาใกล้บ้านพบว่า กลุ่มผู้ที่สนใจที่จะใช้บริการสปาใกล้บ้านที่มีเงินออมมากกว่า 10.000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 30-45 ปี

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และความสนใจทดลองใช้บริการสปาใกล้บ้าน

	อายุ				รวม
	20-29 ปี	30-45 ปี	46 - 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
ความสนใจทดลองใช้ บริการสปา สนใจ	143	140	26	2	311
ไม่สนใจ	24	28	6	0	58
รวม	167	168	32	2	369

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.938	3	.816
Likelihood Ratio	1.242	3	.743
Linear-by-Linear Association	.315	1	.575
N of Valid Cases	369		

จากตารางไคกำลังสองพบว่า ค่าไคกำลังสองเท่ากับ 0.938 ระดับความเสรีเท่ากับ 3 ค่าพีเท่ากับ 0.816 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า อายุ และความสนใจในการทดลองใช้บริการสปาไม่มีความสัมพันธ์กัน (มีความเป็นอิสระต่อกัน)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ และประเภทวันที่เข้ารับบริการสปา ของกลุ่มตัวอย่างที่มี
เงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย

Saving in month			Business Day or Holiday to go to Spa		Total
			Business Day (Monday - Friday)	Holiday (Saturday, Sunday, Special Holiday)	
10,001 – 15,000 Baht	Age	20 - 29	4	9	13
		30 - 45	10	11	21
	Total		14	20	34
15,001 – 20,000 Baht	Age	20 - 29	4	6	10
		30 - 45	16	13	29
		46 - 60	0	2	2
	Total		20	21	41
20,001 – 25,000 Baht	Age	20 - 29	3	2	5
		30 - 45	5	4	9
	Total		8	6	14
More Than 25,000 Baht	Age	20 - 29	0	2	2
		30 - 45	4	4	8
		46 - 60	12	4	16
	Total		16	10	26

Saving in month		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
10,001 – 15,000 Baht	Pearson Chi-Square	.941	1	.332		
	Continuity					
	Correction(a)	.374	1	.541		
	Likelihood Ratio	.957	1	.328		
	Fisher's Exact Test				.477	.272
	Linear-by-Linear					
	Association	.914	1	.339		
	N of Valid Cases	34				
15,001 – 20,000 Baht	Pearson Chi-Square	2.688	2	.261		
	Likelihood Ratio	3.462	2	.177		
	Linear-by-Linear					
	Association	.004	1	.952		
	N of Valid Cases	41				
20,001 – 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	.026	1	.872		
	Continuity					
	Correction(a)	.000	1	1.000		
	Likelihood Ratio	.026	1	.872		
	Fisher's Exact Test				1.000	.657
	Linear-by-Linear					
	Association	.024	1	.877		
	N of Valid Cases	14				
More Than 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	4.875	2	.087		
	Likelihood Ratio	5.561	2	.062		
	Linear-by-Linear					
	Association	4.449	1	.035		
	N of Valid Cases	26				

จากการวิเคราะห์การทดสอบค่าไคกำลังสองพบว่า ค่าพี(Asymp. Sig.) ที่ได้ในแต่ละกลุ่มผู้มีเงินออมมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป มีค่าเกินระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า อายุ และประเภทวันที่เข้ารับบริการสปามีความเป็นอิสระต่อกัน จึงไม่สามารถนำมาสรุปได้ถึงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการในวันใดๆในแต่ละช่วงอายุ

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ และช่วงระยะเวลาที่เข้ารับบริการสปา ของกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย

				Period in a Day to do Spa				Total
				Morning (7:00 - 11:00)	Noon (11:01 - 14:00)	Evening (14:01 - 18:00)	Night (18:01 - 21:00)	
Saving in month								
10,001 – 15,000	Age	20 - 29			9	2	2	13
Baht		30 - 45			0	17	4	21
	Total				9	19	6	34
15,001 – 20,000	Age	20 - 29		0	2	6	2	10
Baht		30 - 45		2	9	12	6	29
		46 - 60		0	0	2	0	2
	Total			2	11	20	8	41
20,001 – 25,000	Age	20 - 29			2	0	3	5
Baht		30 - 45			2	7	0	9
	Total				4	7	3	14
More Than	Age	20 - 29		0	0	2	0	2
25,000 Baht		30 - 45		0	2	4	2	8
		46 - 60		2	0	6	8	16
	Total			2	2	12	10	26

Chi-Square Tests

Saving in month		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
10,001 – 15,000 Baht	Pearson Chi-Square	20.777	2	.000
	Likelihood Ratio	24.809	2	.000
	Linear-by-Linear Association	9.555	1	.002
	N of Valid Cases	34		
15,001 – 20,000 Baht	Pearson Chi-Square	3.801	6	.704
	Likelihood Ratio	5.039	6	.539
	Linear-by-Linear Association	.277	1	.599
	N of Valid Cases	41		
20,001 – 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	9.644(e)	2	.008
	Likelihood Ratio	12.704	2	.002
	Linear-by-Linear Association	1.075	1	.300
	N of Valid Cases	14		
More Than 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	8.992(f)	6	.174
	Likelihood Ratio	10.373	6	.110
	Linear-by-Linear Association	.420	1	.517
	N of Valid Cases	26		

จากการวิเคราะห์การทดสอบค่าไคกำลังสองพบว่า กลุ่มของช่วงเงินออมที่ได้ค่าพี (Asymp. Sig.) ไม่เกินระดับนัยสำคัญ 0.05 มีสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มที่มีเงินออม 10,001-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ช่วงอายุที่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้ารับบริการในวงเวลาใดๆ ซึ่งได้ผลดังนี้ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี และมีเงินออมต่อเดือน

10,001-15,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท นิยมเข้ารับบริการสปาในช่วงเวลาเย็น(14.01-18.00)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ และส่วนของร่างกายที่ชอบรับบริการสปา ของกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย

Saving in month		Organs Like to do Spa						Total
		Head	Face	Body	Arms, Legs	Feet	Other	
10,001 – 15,000 Baht	Age 20 - 29	0	5	4	4	0	0	13
	30 - 45	4	2	8	0	5	2	21
	Total	4	7	12	4	5	2	34
15,001 – 20,000 Baht	Age 20 - 29	0	4	4	0	2		10
	30 - 45	2	4	19	4	0		29
	46 - 60	2	0	0	0	0		2
	Total	4	8	23	4	2		41
20,001 – 25,000 Baht	Age 20 - 29	2	3	0				5
	30 - 45	2	3	4				9
	Total	4	6	4				14
More Than 25,000 Baht	Age 20 - 29	0	0	0		2		2
	30 - 45	2	0	6		0		8
	46 - 60	6	2	4		4		16
	Total	8	2	10		6		26

Chi-Square Tests

Saving in month		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
10,001 – 15,000 Baht	Pearson Chi-Square	16.659	5	.005
	Likelihood Ratio	21.582	5	.001
	Linear-by-Linear Association	.542	1	.462
	N of Valid Cases	34		
15,001 – 20,000 Baht	Pearson Chi-Square	30.839	8	.000
	Likelihood Ratio	22.496	8	.004
	Linear-by-Linear Association	3.441	1	.064
	N of Valid Cases	41		
20,001 – 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	3.111	2	.211
	Likelihood Ratio	4.386	2	.112
	Linear-by-Linear Association	2.022	1	.155
	N of Valid Cases	14		
More Than 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	13.488	6	.036
	Likelihood Ratio	14.559	6	.024
	Linear-by-Linear Association	1.934	1	.164
	N of Valid Cases	26		

จากการวิเคราะห์การทดสอบค่าไคกำลังสองพบว่า กลุ่มของช่วงเงินออมส่วนใหญ่ (ยกเว้นกลุ่มเงินออม 20,001-25,000 บาท) ได้ค่าพี(Asymp. Sig.) ไม่เกินระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงถึง ช่วงอายุที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการกับส่วนต่างๆของร่างกาย ซึ่งได้ผล ดังนี้ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี ชื่นชอบที่จะใช้บริการสปาในส่วนลำตัวมากที่สุด

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ และประเภทของสถานที่ตั้งสปาที่นิยมเข้ารับบริการ ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย

Saving in month			Spa Place Location						Total
			โรงแรมในกรุงเทพ	โรงแรมหรือรีสอร์ทต่างจังหวัด	อาคารสำนักงานใกล้ที่ทำงาน	อาคารสำนักงานใกล้ที่พัก	ตั้งแยกเป็นร้านต่างหาก	อื่นๆ	
10,001 – 15,000 Baht	Age	20 - 29	0	2	2	7	2		13
		30 - 45	2	2	6	9	2		21
	Total		2	4	8	16	4		34
15,001 – 20,000 Baht	Age	20 - 29		2	6	0	2		10
		30 - 45		5	4	16	4		29
		46 - 60		0	0	2	0		2
	Total			7	10	18	6		41
20,001 – 25,000 Baht	Age	20 - 29	5	0	0	0			5
		30 - 45	0	3	2	4			9
	Total		5	3	2	4			14
More Than 25,000 Baht	Age	20 - 29		2	0	0	0		2
		30 - 45		4	0	0	4		8
		46 - 60		8	2	6	0		16
	Total			14	2	6	4		26

Chi-Square Tests

Saving in month		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
10,001 – 15,000 Baht	Pearson Chi-Square	2.506	4	.643
	Likelihood Ratio	3.216	4	.522
	Linear-by-Linear Association	.936	1	.333
	N of Valid Cases	34		
15,001 – 20,000 Baht	Pearson Chi-Square	14.580	6	.024
	Likelihood Ratio	18.353	6	.005
	Linear-by-Linear Association	2.138	1	.144
	N of Valid Cases	41		
20,001 – 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	14.000	3	.003
	Likelihood Ratio	18.249	3	.000
	Linear-by-Linear Association	8.779	1	.003
	N of Valid Cases	14		
More Than 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	14.857	6	.021
	Likelihood Ratio	17.895	6	.007
	Linear-by-Linear Association	.000	1	1.000
	N of Valid Cases	26		

จากการวิเคราะห์การทดสอบค่าไคกำลังสองพบว่า กลุ่มของช่วงเงินออมส่วนใหญ่ (ยกเว้นกลุ่มเงินออม 10,001-15,000 บาท) ได้ค่าพี(Asymp. Sig.) ไม่เกินระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงถึง ช่วงอายุที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสถานบริการสปา ซึ่งได้ผลดังนี้ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี ในกลุ่มเงินออม 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ส่วนมาก

เลือกใช้บริการสถานสปาที่อยู่ตามอาคารสำนักงานใกล้บ้าน ในขณะที่กลุ่มที่มีเงินออมมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ชอบที่จะใช้บริการสปาในโรงแรม หรือรีสอร์ทในต่างจังหวัด และตั้งแยกต่างหากในสัดส่วนที่เท่ากัน

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ และการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา ของกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินออมหลังหักค่าใช้จ่าย

				Most way to Receive Spa information							Total
				Television	Radio	Newspaper	Brochure, Flyer	Saying, Hearing	Magazine	Others	
Saving in month											
10,001 – 15,000 Baht	Age	20 - 29		4	0	0	10	8	0		22
		30 - 45		21	3	2	8	12	2		48
		46 - 60		0	0	2	0	0	0		2
	Total			25	3	4	18	20	2		72
15,001 – 20,000 Baht	Age	20 - 29		2	2	2	0	4	2		12
		30 - 45		9	4	0	10	10	0		33
		46 - 60		0	2	0	0	0	0		2
		>60		0	0	0	0	2	0		2
	Total			11	8	2	10	16	2		49
20,001 – 25,000 Baht	Age	20 - 29		0	0	0	0	2			2
		30 - 45		2	3	2	6	4			17
		46 - 60		0	0	2	0	2			4
	Total			2	3	4	6	8			23
More Than 25,000 Baht	Age	20 - 29		0	0		0	0	0	2	2
		30 - 45		5	0		2	0	6	0	13
		46 - 60		0	4		2	4	6	0	16
	Total			5	4		4	4	12	2	31

Chi-Square Tests

Saving in month		Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
10,001 – 15,000 Baht	Pearson Chi-Square	46.342	10	.000
	Likelihood Ratio	26.246	10	.003
	Linear-by-Linear Association	3.956	1	.047
	N of Valid Cases	72		
15,001 – 20,000 Baht	Pearson Chi-Square	31.351	15	.008
	Likelihood Ratio	29.571	15	.014
	Linear-by-Linear Association	.001	1	.979
	N of Valid Cases	49		
20,001 – 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	10.316	8	.244
	Likelihood Ratio	11.860	8	.158
	Linear-by-Linear Association	.164	1	.686
	N of Valid Cases	23		
More Than 25,000 Baht	Pearson Chi-Square	44.712	10	.000
	Likelihood Ratio	32.542	10	.000
	Linear-by-Linear Association	.178	1	.673
	N of Valid Cases	31		

จากการวิเคราะห์การทดสอบค่าไคกำลังสองพบว่า กลุ่มของช่วงเงินออมส่วนใหญ่ (ยกเว้นกลุ่มเงินออม 20,001-25,000 บาท) ได้ค่าพี(Asymp. Sig.) ไม่เกินระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงถึง ช่วงอายุที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปา ซึ่งได้ผลดังนี้ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี ในกลุ่มเงินออม 10.001-15,000 บาท รับข้อมูลข่าวสารโทรทัศน์มาก

เป็นอันดับแรก และจากคำบอกเล่าเป็นอันดับที่สอง ส่วนกลุ่มเงินออม 15,001-20,000 บาท ส่วนมากรับสื่อทางแผ่นพับหรือใบปลิว และคำบอกเล่า ในสัดส่วนที่เท่ากัน ในขณะที่กลุ่มที่มีเงิน ออมมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปาผ่านทางสื่อวิทยุสารมากที่สุด

