

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีศึกษา

#### 3.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ และการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ ในสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพที่ได้ใบรับรองมาตรฐาน จากกระทรวงสาธารณสุข

ในส่วนแรก การศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพนั้น จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกสถานประกอบการที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่จนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 25 แห่ง

ในส่วนที่สอง การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) จากผู้บริโภคชาวไทยที่ไปใช้บริการสปาจากสถานประกอบการสปา 25 แห่ง ๆ ละ 12 ราย รวมขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 300 ราย โดยมีรายละเอียดการคำนวณหาขนาดตัวอย่างดังนี้

การคำนวณขนาดตัวอย่างในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนวณจากสูตรของยามานะ (Yamane)

$$\text{สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่าง} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  แทนจำนวนตัวอย่าง

$N$  แทนจำนวนประชาชน

$e$  แทนค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ในที่นี้แทนด้วย 0.05

จากข้อมูลการศึกษาเบื้องต้นของสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ (2547) พบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ใช้บริการสปาประมาณ 160,000 คนต่อปี โดยเป็นผู้ใช้บริการที่เป็นชาวไทยร้อยละ 30 หรือ ประมาณ 48,000 คนต่อปี

$$\text{แทนค่าในสูตร} \quad 397 = \frac{48,000}{1 + (48,000)(0.05)^2}$$

จากการคำนวณจะได้จำนวนตัวอย่าง( $n$ ) เท่ากับ 397 ตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีงบประมาณและเวลาที่จำกัดจึงกำหนดตัวอย่างเป็น 300 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อสถานประกอบการสปาในจังหวัดเชียงใหม่ และจำนวนตัวอย่าง

ลำดับที่	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวนตัวอย่าง (ราย)
1	อังสนา สปา กรีนวิว เชียงใหม่	12
2	ไลฟ์ อพ ลองสเตย์ รีสอร์ท สปา	12
3	เต่าการ์เด็น เฮลท์ รีสอร์ท & สปา	12
4	เลเจนด์ สปา เชียงใหม่	12
5	เดอะ เทวาสปา	12
6	อโรม่าเวร่า สปา เชียงใหม่	12
7	อโรร่า โอเอซิล สปา	12
8	เชียงใหม่ โอเอซิล สปา	12
9	การเวก เฮลท์ แอนด์ บิวตี้ สปา	12
10	เออร์แบน สปา (ผิวสวยหน้าใส)	12
11	เดอะ สปา	12
12	ดี อิมพีเรียล สปา	12
13	สปา เดอะ สยาม	12
14	บ้านสบายสปาทาวน์	12
15	อนิตาเคย์ สปา	12
16	เฟอญ่า บูทิก สปา	12
17	จิ้ง เฮลท์ รีสอร์ท	12
18	ชินาดิवा สปาคลับ	12
19	สราญรมณ์ สปา	12
20	เลอสปา	12
21	อาร์ททิส บิวตี้ แอนด์ เคย์ สปา	12
22	ลานนา โอเอซิล สปา	12
23	เดอะ ฮอไรซอน โอเอซิล สปา	12
24	บ้านสบายสปาวิลเลจ	12
25	อโรม่าไทย สปา	12
<b>รวม</b>		<b>300</b>

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล

**3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 แบบ คือ แบบสำรวจลักษณะทั่วไปของธุรกิจของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ และแบบสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ

1) แบบสำรวจลักษณะทั่วไปของธุรกิจของสถานประกอบการบริการสปาเพื่อสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ เช่น ที่ตั้งสถานประกอบการ รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ประเภทของสปาเพื่อสุขภาพที่ให้บริการ จำนวนพนักงาน และจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น โดยวิธีการสัมภาษณ์เจ้าของหรือเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการโดยตรง

2) แบบสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เป็นการสำรวจผู้ให้บริการสปาที่เป็นชาวไทย แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และภูมิลำเนาปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เช่น ประเภทของสปาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง และความถี่ในการใช้บริการ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเพื่อให้สถานประกอบการสปาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

**3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** จากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เช่น ที่ตั้งสถานประกอบการ รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมาย ประเภทของสปาเพื่อสุขภาพที่ให้บริการ จำนวนพนักงาน และจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และข้อมูลอื่นๆ ใช้สถิติเสนอเป็นแบบตารางแจกแจงความถี่ และร้อยละ

2) ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และภูมิลำเนาปัจจุบัน ใช้สถิติเสนอเป็นแบบตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ

3) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ ( $\chi^2$ -test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมในการใช้บริการสปา จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมการของทดสอบไคสแควร์ ( $\chi^2$ -test) คือ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

โดยที่  $O_i$  (Observed Frequency) = ความถี่หรือจำนวนครั้งที่เกิดในระดับที่  $i$  ที่เกิดขึ้นจริงของตัวอย่าง  $n$

$E_i$  (Expected Frequency) = ความถี่หรือจำนวนครั้งที่ระดับที่  $i$  ที่คาดว่าจะเกิด (ภายใต้  $H_0$ )

$k$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่างหรือจำนวนระดับของตัวแปรหรือลักษณะที่สนใจศึกษา

$n$  = ขนาดตัวอย่าง หรือจำนวนครั้งที่ทดลอง

$$\text{และ } \sum_{i=1}^k O_i = \sum_{i=1}^k E_i = n$$

เมื่อ  $H_0$  เป็นจริง จะได้  $E_i = np_{i0}$

และ สถิติทดสอบ  $\chi^2$  มีการแจกแจงแบบไคสแควร์ด้วย degree of freedom  $k-1$

เขตปฏิเสธ จะปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  ถ้า  $\chi^2 > \chi^2_{(1-\alpha)}$  ที่ degree of freedom  $k-1$

4) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค ใช้สถิติเสนอเป็นแบบตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ