

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากร	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	14
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามใน อำเภอเมืองเชียงใหม่	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบ แบบสอบถามในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง เชียงใหม่จำแนกตาม อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาและอาชีพ	47
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	131
สรุปผลการศึกษา	131
อภิปรายผลการศึกษา	150
ข้อค้นพบ	153
ข้อเสนอแนะ	157
บรรณานุกรม	165
ภาคผนวก	167
ประวัติผู้เขียน	177

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคลินิกเสริมความงามที่ใช้เป็นประจำหรือไม่	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคลินิกเสริมความงามที่รู้จัก	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่เข้ารับบริการจากคลินิกเสริมความงาม	22
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทบริการที่เข้ารับ	23
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่รับบริการ	24
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง	25
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เข้ารับบริการบ่อยที่สุด	25
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่เข้ารับบริการ	26
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกคลินิกเสริมความงาม	26
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลเพื่อใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	27
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการชำระค่าบริการ	28
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชำระค่าบริการ	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการชำระค่าบริการในลักษณะการชำระเป็นคอร์ด	28
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจครั้งต่อไปในการเข้ารับบริการ	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	30
21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	32
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	33
23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	35
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	37
25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	39
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม	42
27 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม	44
28 แสดงปัจจัยย่อย 15 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่	45
29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม จำแนกตามอายุ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
55	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามจำแนกตามอาชีพ	125
56	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามจำแนกตามอาชีพ	128