

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	16
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	16
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	18

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการ	22
4.2 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการ	25
4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.4 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการ	49

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา	57
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	61
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	61

เอกสารอ้างอิง

62

ภาคผนวก

63

แบบสอบถาม

64

ประวัติผู้เขียน

71

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงจำนวนสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกเป็นรายอำเภอ พ.ศ. 2549	2
4.1 แสดงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	23
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการ	25
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้ที่แนะนำให้เลิกใช้บริการ สปาปลาจำแนกตามเพศ	27
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้ที่แนะนำให้เลิกใช้บริการ สปาปลาจำแนกตามกลุ่มรายได้	27
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับ สปาปลาจำแนกตามเพศ	28
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับ สปาปลาจำแนกตามกลุ่มรายได้	29
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับความหมายของสปาปลา ตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจ จำแนกตามเพศ	30
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับความหมายของสปาปลา ตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจ จำแนกตามกลุ่มรายได้	31
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ สปาปลาจำแนกตามเพศ	32
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ สปาปลาจำแนกตามกลุ่มรายได้	33
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับประโยชน์ของสปาปลา ตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจจำแนกตามเพศ	34
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับประโยชน์ของสปาปลา ตามที่ผู้ให้บริการเข้าใจ จำแนกตามกลุ่มรายได้	35
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ ในรอบ 1 เดือน จำแนกตามเพศ	36

4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับครั้งที่มาใช้บริการในรอบ 1 เดือน จำแนกตามกลุ่มรายได้	37
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับระยะเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	38
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับระยะเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มรายได้	38
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาปลาจำแนกตามเพศ	39
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างสำหรับค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ สปาปลาจำแนกตามกลุ่มรายได้	39
4.19	แสดงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ สปาปลาของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	41
4.20	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	42
4.21	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	43
4.22	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	44
4.23	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	45
4.24	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านบุคลากร, พนักงาน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	46
4.25	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ ทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ในการใช้บริการต่อครั้ง	47
4.26	แสดงลำดับความสำคัญจากคะแนนรวมของปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาปลา จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง	48
4.27	แสดงระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของกลุ่มตัวอย่าง	49
4.28	แสดงระดับความพึงพอใจด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่าง	50
4.29	แสดงระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่าง	51

4.30	แสดงระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มตัวอย่าง	52
4.31	แสดงระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรของกลุ่มตัวอย่าง	53
4.32	แสดงระดับความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง	54
4.33	แสดงระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง	55
4.34	แสดงสรุประดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง	56



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved