

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	11
2.2 แนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	18
2.3 แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า	22
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	36
3.2 ขอบเขตประชากรและขนาดตัวอย่าง	36
3.3 การรวบรวมข้อมูลและแหล่งข้อมูล	37
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	38
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	38
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	40
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	44
4.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	57
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากับปัจจัยด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	58
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุป	75
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	81
5.3 ข้อเสนอแนะ	92
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	93
5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา	94
บรรณานุกรม	95
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย	100
ภาคผนวก ข ประกาศสถานประกอบการสปาที่ผ่านมาตรฐานจาก กระทรวงสาธารณสุข	108
ภาคผนวก ค ประกาศคณะกรรมการตรวจและประเมินมาตรฐาน สถานประกอบการกลาง เรื่อง การรับสมัครและการสอบความรู้ ผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ	111
ภาคผนวก ง แบบตรวจมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ	117
ประวัติผู้เขียน	122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1.1	สภาวะอุตสาหกรรมสปาในประเทศต่าง ๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2545	3
1.2	รายได้ของอุตสาหกรรมสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2545	6
3.1	การกำหนดสัดส่วนตัวอย่างผู้ให้บริการสถานประกอบการประเภทเคย์สปา	37
4.1	จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ	40
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำแนกตามอายุ	41
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำแนกตามระดับการศึกษา	41
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำแนกตามอาชีพ	42
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำแนกตามสถานภาพการสมรส	43
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสาเหตุที่ลูกค้ามาใช้บริการเคย์สปา	44
4.8	จำนวนและร้อยละของการสอบถามข้อมูลก่อนเลือกใช้บริการเคย์สปา	44
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแหล่งข้อมูลที่ลูกค้าเคย์สปาใช้พิจารณาในการเลือกใช้บริการ	45
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเคย์สปาในด้านผลิตภัณฑ์	46
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาดในส่วนของการราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเคย์สปา	48
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาดในส่วนของการสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเคย์สปา	49
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาดในส่วนของการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเคย์สปา	49
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการตลาดในส่วนของการบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเคย์สปา	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน การตลาดในส่วน of สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการเคย์สปา	52
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้าน การตลาดในส่วน of กระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้ บริการเคย์สปา	53
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจของปัจจัย ด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการเคย์สปา	54
4.18 จำนวนและร้อยละของการแนะนำญาติพี่น้อง เพื่อนๆ คนที่รู้จักให้มาใช้ บริการเคย์สปา หลังจากที่ถูกค้าได้ใช้บริการแล้ว	54
4.19 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ หลังจากได้รับบริการเคย์สปา	55
4.20 จำนวนและร้อยละ ของการมาใช้บริการเคย์สปาอีกครั้งหนึ่ง หลังการที่ได้ ใช้บริการแล้ว	55
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาในการใช้บริการเคย์สปา	57
4.22 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการเคย์สปา	58
4.23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการเคย์สปา	69
4.24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ ปัจจัยด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคย์สปา	60
4.25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการเคย์สปา	61
4.26 เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาในส่วน of ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	62
4.27 เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพโดยเปรียบเทียบ เป็นรายคู่	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.28	เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	65
4.29	เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการด้านกระบวนการจำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	66
4.30	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ ปัจจัยด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเคย์สปา	67
4.31	เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาในด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	68
4.32	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับ ปัจจัยด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปา	70
4.33	เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการด้านกระบวนการ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	72
5.1	สรุประดับความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการเคย์สปาของคนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	79

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	9
2.1 แบบจำลองแสดงพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)	18

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved