

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	11
การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการดำเนินงาน	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	15
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	27
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	38
ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ และข้อเสนอแนะ	53
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	57
สรุปผลการศึกษา	57
อภิปรายผลการศึกษา	68
ข้อค้นพบ	71
ข้อเสนอแนะ	73
<b>บรรณานุกรม</b>	81
<b>ภาคผนวก</b>	83
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	92

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บ	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการใช้บริการเสริมความงามเล็บ	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	21
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	23
13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการทำสีเล็บ (ทาสีเล็บอย่างเดียว ไม่มีการเพ้นท์ลวดลาย) เฉลี่ยต่อครั้ง	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเพ้นท์ลวดลายเล็บ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	24
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการทำสปา มือและเท้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	25
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	25

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	27
18 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	28
19 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	29
20 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	31
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	32
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	33
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	34
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก	35
25 ค่าเฉลี่ย แพลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่	37
26 ร้อยละของบริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	38

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
27	ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
28	ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
29	ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
30	เฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
31	ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
32	ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
33	ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
34	ค่าเฉลี่ย แปลผล และระดับของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงิน	53
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสื่อที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	54

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านเสริมความงามเล็บ ในอุดมคติของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
38	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	56
39	ค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	62