

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ ค | |
| บทคัดย่อภาษาไทย ง | |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ จ | |
| สารบัญ ๗ | |
| สารบัญตาราง ญ | |
| บทที่ 1 บทนำ 1 | 1 |
| 1.1 หลักการและเหตุผล 1 | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ 3 | 3 |
| 1.3 ขอบเขตการศึกษา 3 | 3 |
| 1.4 นิยามศัพท์ 4 | 4 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4 | 4 |
| บทที่ 2 ทฤษฎี และ แนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา 5 | 5 |
| 2.1 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 5 | 5 |
| 2.2 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ 6 | 6 |
| 2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 8 | 8 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 11 | 11 |
| 3.1 ขอบเขตการศึกษา 11 | 11 |
| 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา 11 | 11 |
| 3.1.2 ประชากร 11 | 11 |
| 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง 11 | 11 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 12 | 12 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 12 | 12 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 12 | 12 |
| 3.5 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล 13 | 13 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| 3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา | 13 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา | 14 |
| 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | 14 |
| 4.2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคุ้มขันโตกของผู้ตอบแบบสอบถาม ในจังหวัดเชียงใหม่ | 17 |
| 4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ้มขันโตก จังหวัดเชียงใหม่ | 22 |
| 4.4 พฤติกรรมและ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคุ้มขันโตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป | 39 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ | 160 |
| 5.1 สรุปผลการศึกษา | 160 |
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา | 168 |
| 5.3 ข้อค้นพบ | 171 |
| 5.4 ข้อเสนอแนะ | 172 |
| บรรณานุกรม | 176 |
| ภาคผนวก | 177 |
| ประวัติผู้เขียน | 186 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า | |
|-------|---|----|
| 1 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 14 |
| 2 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ | 15 |
| 3 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา | 15 |
| 4 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ | 16 |
| 5 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน | 16 |
| 6 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา | 17 |
| 7 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จัก | 17 |
| 8 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการ | 18 |
| 9 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่มาใช้บริการ | 19 |
| 10 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดค จังหวัดเชียงใหม่ | 19 |
| 11 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ | 20 |
| 12 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง | 20 |
| 13 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ชอบ | 21 |
| 14 | แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดค จังหวัดเชียงใหม่ | 22 |
| 15 | แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดค จังหวัดเชียงใหม่ | 23 |
| 16 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดค จังหวัดเชียงใหม่ | 26 |
| 17 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดค จังหวัดเชียงใหม่ | 27 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|---|----|
| 18 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ | 28 |
| 19 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ | 29 |
| 20 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ | 31 |
| 21 | แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ | 32 |
| 22 | แสดงการเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ทุกด้าน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ | 34 |
| 23 | แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิลำเนาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 39 |
| 24 | แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคุ่มขัน โดก จำแนกตามเพศ | 40 |
| 25 | แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ | 41 |
| 26 | แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ | 42 |
| 27 | แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการ จำแนกตามเพศ | 43 |
| 28 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบ แบบสอบถามใช้ จำแนกตามเพศ | 44 |
| 29 | แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ จำแนกตามเพศ | 45 |
| 30 | แสดงจำนวนและร้อยละของรายการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ จำแนกตามเพศ | 46 |
| 31 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 47 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|----|
| 32 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คุ่มขันโตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 49 |
| 33 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 50 |
| 34 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 52 |
| 35 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 54 |
| 36 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 56 |
| 37 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ | 58 |
| 38 | แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิฉำเนาผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 60 |
| 39 | แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคุ่มขัน โตก จำแนกตามอาชีพ | 62 |
| 40 | แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการมาใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 64 |
| 41 | แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการ จำแนก ตามอาชีพ | 66 |
| 42 | แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการ จำแนกตาม อาชีพ | 68 |
| 43 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ | 69 |
| 44 | แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการมาใช้บริการคุ่มขัน โตก จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 71 |
| 45 | แสดงจำนวนและร้อยละของรายการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ชอบในการมาใช้บริการคุ่มขัน โตก จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 73 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|--|-----|
| 46 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 75 |
| 47 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 78 |
| 48 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 80 |
| 49 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 82 |
| 50 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 84 |
| 51 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 87 |
| 52 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ | 89 |
| 53 | แสดงจำนวนและร้อยละของภูมิปัญญาผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ | 92 |
| 54 | แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักคุ่มขัน โดก จำแนกตามรายได้ | 94 |
| 55 | แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ | 97 |
| 56 | แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ | 99 |
| 57 | แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการ จำแนกตามรายได้ | 101 |
| 58 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการคุ่มขัน โดก จำแนกตามรายได้ | 103 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|---|-----|
| 59 | แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ จำแนกตาม รายได้ | 105 |
| 60 | แสดงจำนวนและร้อยละของรายการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ จำแนกตามรายได้ | 107 |
| 61 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ | 109 |
| 62 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ | 112 |
| 63 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ | 114 |
| 64 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้ | 11 |
| 65 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ | 118 |
| 66 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ | 121 |
| 67 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ | 123 |
| 68 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 126 |
| 69 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 129 |
| 70 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 131 |
| 71 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการคุ่มขัน โตกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 133 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า | |
|-------|---|-----|
| 72 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 135 |
| 73 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 138 |
| 74 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ | 140 |
| 75 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 143 |
| 76 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 146 |
| 77 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 148 |
| 78 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 150 |
| 79 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 152 |
| 80 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 155 |
| 81 | แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคุ่มขัน โดกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา | 157 |