

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับศีลธรรมเพื่อความงามบนใบหน้า	12
2.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ธุรกิจบริการ	15
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.5 กรอบแนวคิด	27
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก	29
3.2 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	29
3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.5 วิธีการดำเนินการวิจัย	30
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.7 การตรวจสอบข้อมูล	31
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก	33
4.2 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจศีลธรรมเพื่อความงามบนใบหน้า	35
4.3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	46

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 กลยุทธ์สำหรับธุรกิจสลายกรรมเพื่อความงามบนใบหน้า	50
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการวิจัย	55
5.2 อภิปรายผล	57
5.3 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	59
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย	61
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>62</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>68</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>71</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ประเทศที่มีการทำศัลยกรรมความงามมากที่สุด 10 อันดับแรก	2
1.2	ศัลยกรรมความงามยอดนิยมในไทย 5 อันดับแรก	2
2.1	ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	25
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก	34
4.2	สรุปส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้าของกลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดอุบลราชธานี	45
4.3	กลยุทธ์สำหรับธุรกิจศัลยกรรมเพื่อความงามบนใบหน้า	52

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการ	11
2.2	สัดส่วนใบหน้าในแนวขวาง (Horizontal lines) และแนวตั้ง (Vertical lines)	13
2.3	ปัจจัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร	17
2.4	Five Forces Model	18
2.5	กรอบแนวคิดการวิจัย	28