

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัขของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นางสาวศันสน์รมย์ ด่านกุล

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติ : พฤษภาคม 2554

จำนวนหน้า : 84 หน้า

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัขของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้เลี้ยงสุนัขในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัข ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัขการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัข และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับร้านเสริมสวยสุนัขแบบเคลื่อนที่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้เลี้ยงสุนัขในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 246 คน ผู้เลี้ยงสุนัขที่ใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัขส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-35 ปี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขพันธุ์แท้ การเลือกใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการอาบน้ำให้สุนัข ตัดขน-ตัดเล็บ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อสุนัขหนึ่งตัวคิดเป็นจำนวนเงินต่ำกว่า 200 บาท เหตุผลในการเลือกใช้บริการเนื่องจากเป็นร้านที่ใช้ประจำ ความสะดวกในการเดินทาง ราคาถูกกว่าร้านอื่น ผู้เลี้ยงสุนัขได้รับทราบข้อมูลของร้านเสริมสวยสุนัขจากคนที่เคยใช้บริการหรือตามเพื่อน วันที่มาใช้บริการเป็นวันเสาร์และวัน

อาทิตย์ ช่วงเวลา 09.00 น. – 12.00น. ส่วนใหญ่มาใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน นอกจากใช้บริการของร้านที่มีอยู่แล้วผู้เลี้ยงสุนัขยังใช้บริการซื้ออาหาร ซื้อของเล่น ซื้อเสื้อผ้า เป็นต้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัขในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับปานกลาง ผลการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสุนัขระหว่างกลุ่มรายได้ต่างๆ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละปัจจัยย่อยได้แก่ มีบริการฝากเลี้ยง ค่าใช้จ่ายถูกกว่าร้านอื่น มีประกาศแสดงอัตราชัดเจน อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีเว็บไซต์ ความน่าเชื่อถือของช่าง พนักงานตอบรับลูกค้าเป็นกันเอง พนักงานมีบุคลิกภาพดี พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าดี พนักงานมีนิสัยรักสัตว์ พนักงานเต็มใจรับฟังความเห็นของลูกค้ามีความแตกต่างกันจำแนกตามกลุ่มรายได้ต่างๆ และเมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบรายคู่ต่างๆมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05