

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 และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	12
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ของเจ้าของ สุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการร้านอาหารน้ำ แต่งขนสุนัข	34
ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารน้ำ แต่งขนสุนัข ของ เจ้าของสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้ต่อเดือน	44
ส่วนที่ 5 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการร้านอาหารน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ และ รายได้ต่อเดือน	72
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	91
สรุปผลการศึกษา	91
อภิปรายผล	106
ข้อค้นพบ	107
ข้อเสนอแนะ	109
บรรณานุกรม	111
ภาคผนวก	112
แบบสอบถาม	113
ประวัติผู้เขียน	122

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา	15
สูงสุด	
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสุนัขที่เลี้ยงในปัจจุบัน	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสุนัขที่เลี้ยงของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสุนัขที่เลี้ยงในปัจจุบัน	20
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเลี้ยงสุนัข	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่เคยใช้ในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้บ่อยที่สุดในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	23
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	24
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	25
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว)	25
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	27
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	27
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	28
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ร้านที่ใช้บริการ อยู่เป็นประจำ	28
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	29
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	30
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขที่ได้รับ	31
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความพึงพอใจหลังจากใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	32
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ในอนาคตจะกลับมาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข	32
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอนาคต	33
26	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	34
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	36
28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	38
30	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ	40
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า	41
32	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	42
33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ	43
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม บริการที่เคยใช้ในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	44
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม บริการที่ใช้บ่อยที่สุดในร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	45
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	46
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	47
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว) จำแนกตามเพศ	48
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการใช้บริการร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	49
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	50
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่ที่ใช้บริการร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	51
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้านที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ จำแนกตามเพศ	52
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	53
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลที่เลือกใช้ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	54
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม แหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำ แต่ง ขนสุนัขที่ได้รับ จำแนกตามเพศ	55
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจหลังจากใช้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ	56
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอนาคตจะกลับมาใช้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	56
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้ บริการอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอนาคต จำแนกตามเพศ	57
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม บริการที่เคยใช้ในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	58
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบริการที่ใช้บ่อยที่สุดในร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	59
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามวัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	61
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการใช้บริการร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	63
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	64
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	65
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่ที่ใช้บริการร้าน อาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	65
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้านที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	66
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	67
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เหตุผลที่เลือกใช้ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	68
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม แหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำ แต่ง ขนสุนัขที่ได้รับ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	69
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจหลังจากใช้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	70
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอนาคตจะกลับมาใช้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอนาคต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	71
66	แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	72
67	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
68 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	75
69 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	76
70 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ	78
71 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า จำแนกตามเพศ	79
72 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	80
73 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	81
74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	82
75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	84
76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	85
77 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	87
78 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	88
79 แสดงค่าเฉลี่ย และ ระดับ ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	90
80 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
81 แสดงสรุปพฤติกรรมกรการใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัขของเจ้าของสุนัขใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	96
82 แสดงสรุปพฤติกรรมกรการใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัขของเจ้าของสุนัขใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกรายได้ต่อเดือน	98
83 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ	102
84 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	105