



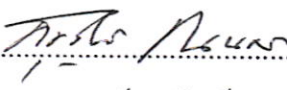
ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านตัดขนสุนัขในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
Factors Influential to The Choice of Shop Offering Dog Hair Trimming
And Grooming Service in Samut Prakarn Province

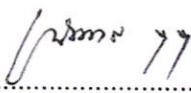
การค้นคว้าอิสระ
ของ
กรณัฐ ภาวิไล

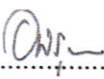
การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันรัชต์ภาคย์
พุทธศักราช 2559

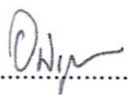
หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านตัดขนสุนัข
ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

โดย ธรรมนูญ กาวิโล
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ชนินทร์ วิชชุตา
ปีที่สำเร็จการศึกษา 2559


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุวจิตต์ ณ นคร)


..... กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. ชนินทร์ วิชชุตา)


..... กรรมการ
(ดร. อนิรุทธ์ ฟ่องแผ้ว)


..... ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร. อนิรุทธ์ ฟ่องแผ้ว)

กรณีศึกษา กาวิโล (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านตัดขนสุนัขในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. ชรินทร์ วิชชุดา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยสนับสนุน และการเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขในจังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้บริโภคกับการเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขในจังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย การรับรู้ และแรงจูงใจ กับการเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการตัดขนสุนัขในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 384 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test หรือความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe') และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า 1) การเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการและปัจจัยสนับสนุนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกด้าน 2) ผู้บริโภคที่มีเพศอายุระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันส่วนใหญ่มีการเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การเลือกใช้บริการตัดขนสุนัขของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับกับปัจจัยสนับสนุนด้านการรับรู้ในระดับต่ำ ($r=.492$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกปัจจัยสนับสนุนด้านแรงจูงใจในระดับในระดับต่ำ ($r=.498$)

Abstract

The objectives of this research on the subject of factors influential to the choice of shop offering dog hair trimming and grooming service in Samut Prakarn Province were to study 1) consumers' personal characteristics 2) factors supporting the decision to choose the shop 3) their choice of shop providing service 4) and compare their choice based upon their personal characteristics 4) the relationship between supporting factors (awareness, motivation) and their choice. Samples included 384 consumers using services at the stores located in the area of Samutprakarn Province. Questionnaire was used as a tool to collect the data. Statistics used included both descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics t-test, F-test or one way ANOVA together with multiple comparison test using Scheffe', Pearson correlation). Level of significance used was 0.05.

Outcome of the study revealed that the scores on the choice of using the service and all supporting factors were high on a given rating scale. The research also indicated that consumers with different personal characteristics (sex, age, education, income) did differ in their choice of service. The study also showed that the choice of using the service was positively correlated with awareness although the relationship was poor ($r=.492$) while the choice was positively correlated with motivation although the relation was also poor ($r=.498$).