

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ. 851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกร้านทำผมในศูนย์การค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวธิดารัตน์ ชุมศรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	: สิงหาคม 2552
จำนวนหน้า	: 97 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกร้านทำผมในศูนย์การค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านทำผมในศูนย์การค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้แบบพรรณานำมาประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดำเนินงานวิจัยระหว่าง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 โดยทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.938

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี เมื่อจำแนกตามอาชีพ สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนทำงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ได้ทำงานในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าและใช้บริการร้านทำผมนอกศูนย์การค้าบ่อยกว่าในศูนย์การค้า



ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านทำผมในศูนย์การค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านทำผมในศูนย์การค้า เพราะ ช่างทำผมฝีมือดี ตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านทำผมในศูนย์การค้า บริการที่เคยใช้และใช้บ่อยที่สุด คือ บริการสระ-ชอย ร้านทำผมในศูนย์การค้าที่เคยใช้บริการและใช้บริการเป็นประจำ คือ ร้าน TOMLAYCUT ซึ่งตั้งอยู่ในศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาใช้บริการนานกว่า 2 เดือนครึ่ง มีช่วงเวลาในการใช้บริการที่ไม่แน่นอน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 201-1,000 บาท ใช้เวลารอรับบริการไม่เกิน 30 นาที เวลาที่ใช้บริการไม่เกิน 1 ชั่วโมง 30 นาที กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการค้นหาข้อมูล ส่วนกลุ่มที่ทำการค้นหาข้อมูล ค้นหาจากช่างทำผมเป็นผู้แนะนำ และรู้จักร้านทำผมประจำจากการเดินผ่านหน้าร้าน สาเหตุที่เลือกใช้บริการ เพราะ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ทำให้กลุ่มตัวอย่างกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อหรือชักชวนคนรู้จักให้มาใช้บริการ

ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านทำผมในศูนย์การค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด