

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ เจ้าของสุนัขที่เคยใช้บริการ ร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.0 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 47.5 ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 47.5 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 81.0 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 71.0 มีจำนวนสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุดคือ พันธุ์ ชิสุ ร้อยละ 13.5 และสุนัขที่เลี้ยงมากที่สุดคือ พันธุ์ขนาดเล็ก ร้อยละ 40.3 วัตถุประสงค์ที่เลี้ยง เพื่อเป็นเพื่อน ร้อยละ 74.0

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ใน

##### อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คือ อาบน้ำ ตัดแต่งขน ร้อยละ 81.0 บริการที่ใช้บ่อยที่สุดในร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คือ อาบน้ำ ตัดแต่งขน ร้อยละ 63.5 วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการคือ เพื่อความสะดวก ร้อยละ 64.5 ผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คือ ครอบครัว ร้อยละ 66.5 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว) 101-300 บาท ร้อยละ 38.5 ความถี่ในการใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ไม่แน่นอน ร้อยละ 71.5 ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข 09.01-12.00 น. ร้อยละ 37.0 วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คือ วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 75.0 สถานที่ที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข คือ ตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 87.5 โดยร้านที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ คือ ดอกท้าว เพ็ชร์ ซุป

ร้อยละ 30.5 การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข คือ ใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน ร้อยละ 52.5 เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขเพราะ บริการได้ประทับใจ ร้อยละ 60.0 แหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขที่ได้รับคือจากป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 56.0

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับ พอใจปานกลาง ร้อยละ 53.5 และในอนาคตจะกลับมาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ร้อยละ 84.0 และการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอนาคตก็จะแนะนำ ร้อยละ 67.0

### **ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข**

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ รองลงมาปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า ด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีบริการครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.71)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา มีการคิดป้ายแจ้งค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ คิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.71)

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดร้านเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ร่วมมือกับสถาบันสอน

อาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา มีช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ป้ายหน้าร้าน การทำลองใช้บริการฟรี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.53)

**ปัจจัยด้าน บุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา พนักงานมีทักษะ และความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และพนักงานมีบุคลิกดี สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.90)

**ปัจจัยด้าน ลักษณะทั่วไปของร้านค้า** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ป้ายชื้อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีการตกแต่งร้านภายในและภายนอกสวยงาม ร้านมีความสะอาด อากาศถ่ายเท ไม่มีกลิ่นเหม็นเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ การโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา มีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว) (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 80 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยย่อย                                 | ปัจจัยหลัก (7 P's)                 | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|--|------------------------------------|-------------------|----------|
| มีการ โทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น | ด้านกระบวนการ                      | 4.32              | 1        |
| มีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ       | ด้านกระบวนการ                      | 4.16              | 2        |
| มีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว)          | ด้านกระบวนการ                      | 4.13              | 3        |
| มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ                | ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า         | 4.0               | 4        |
| จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ          | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.97              | 5        |
| ป้ายชื้อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย ชัดเจน       | ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า         | 3.95              | 6        |
| มีการให้บริการที่รวดเร็ว                   | ด้านกระบวนการ                      | 3.95              | 7        |

ตารางที่ 80 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยย่อย  | ปัจจัยหลัก (7 P's)                 | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|---|------------------------------------|-------------------|----------|
| พนักงานมีทักษะ และความชำนาญ   | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.94              | 8        |
| ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ   | ด้านราคา                           | 3.93              | 9        |
| พนักงานมีบุคลิกดี สะอาด   | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.90              | 10       |
| ความมีชื่อเสียงของ ช่างตัดแต่งขนสุนัข   | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.89              | 11       |
| พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ใจรักบริการ  | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.88              | 12       |
| มีการคิดป้ายแจ้งค่าบริการที่ชัดเจน  | ด้านราคา                           | 3.80              | 13       |
| การจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยงร่วมมือกับสถาบันสอนอาบน้ำ แต่งขนสุนัข | ด้านการส่งเสริมการตลาด             | 3.80              | 14       |
| มีบริการฝากเลี้ยง   | ด้านผลิตภัณฑ์                      | 3.79              | 15       |
| ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้รับการรับรองมาตรฐาน   | ด้านผลิตภัณฑ์                      | 3.73              | 16       |
| เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม  | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย           | 3.73              | 17       |
| มีการตกแต่งร้านภายในและภายนอกสวยงาม   | ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า         | 3.72              | 18       |
| ร้านมีความสะอาด อากาศถ่ายเท ไม่มีกลิ่นเหม็น   | ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า         | 3.72              | 19       |
| มีบริการครบวงจร   | ด้านผลิตภัณฑ์                      | 3.71              | 20       |
| คิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง   | ด้านราคา                           | 3.71              | 21       |
| พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร  | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.70              | 22       |
| มีการนำอุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้   | ด้านผลิตภัณฑ์                      | 3.68              | 23       |
| มีช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ   | ด้านการส่งเสริมการตลาด             | 3.66              | 24       |
| มีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต  | ด้านราคา                           | 3.65              | 25       |
| มีบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข   | ด้านผลิตภัณฑ์                      | 3.58              | 26       |
| มีป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ป้ายหน้าร้าน  | ด้านการส่งเสริมการตลาด             | 3.53              | 27       |

ตารางที่ 80 (ต่อ) แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมการตลาด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

| ปัจจัยย่อย   | ปัจจัยหลัก (7 P's)       | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|--|--------------------------|-------------------|----------|
| การทำลองใช้บริการฟรี   | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.53              | 28       |
| มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ   | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.50              | 29       |
| มีการโฆษณาผ่าน วิทยุ   | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.50              | 30       |
| ร้านมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในการบริการ  | ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.48              | 31       |
| อยู่ใกล้ที่ทำงาน   | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.44              | 32       |
| มีการส่งจดหมาย แจ้งข่าวสารของร้าน  | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.43              | 33       |
| อยู่ใกล้ที่พิกอาศัย  | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.42              | 34       |
| อยู่ในห้างสรรพสินค้า   | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.42              | 35       |
| มีการโฆษณาผ่าน นิตยสาร/หนังสือพิมพ์  | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.42              | 36       |
| การแจ้งข่าวนวัตกรรมใหม่ๆ เกี่ยวกับบริการ<br>ดูแลสัตว์เลี้ยงร่วมกับสถาบันสอนอาบน้ำ<br>แต่งขนสุนัข | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.42              | 37       |
| มีบริการนวด/สปาสุนัข   | ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.38              | 38       |
| มีการโฆษณาผ่าน ใบปลิว แผ่นพับ  | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.37              | 39       |
| มีการโฆษณาผ่าน สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง  | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.37              | 40       |
| มีการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์  | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.37              | 41       |
| มีบัตรสมาชิก สำหรับใช้เป็นส่วนลด   | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.37              | 42       |
| มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์   | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.37              | 43       |
| มีบริการทำสีขนสุนัข  | ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.32              | 44       |
| มีการจัดประกวดสุนัข  | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.30              | 45       |
| มีบริการแฟนท์เล็บสุนัข   | ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.19              | 46       |
| มีบริการถึงบ้าน  | ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.17              | 47       |
| การให้คู่มือสะสมแต้ม   | ด้านการส่งเสริมการตลาด   | 3.17              | 48       |
| มีการจำหน่ายอาหารสัตว์และอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง  | ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.14              | 49       |
| มีบริการฝึกสุนัข   | ด้านผลิตภัณฑ์            | 3.11              | 50       |

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 10 ลำดับแรก คือ มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น มีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ มีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว) มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่ายชัดเจน มีการให้บริการที่รวดเร็ว พนักงานมีทักษะและความชำนาญ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ พนักงานมีบุคลิกดี สะอาด

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ และรายได้ต่อเดือน**

**4.1 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ**

ตารางที่ 81 แสดงสรุปพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัขของเจ้าของสุนัขในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

| พฤติกรรม  | เพศ                        |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|
|   | เพศชาย                     | เพศหญิง                    |
| บริการที่เคยใช้ในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                                 | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 90.6  | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 76.5  |
| บริการที่ใช้อย่างน้อยที่สุดในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                     | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 64.1  | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 63.2  |
| วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                    | เพื่อความสะอาด ร้อยละ 42.2 | เพื่อความสะอาด ร้อยละ 75.0 |
| ผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข | ครอบครัว ร้อยละ 71.9       | ครอบครัว ร้อยละ 64.0       |
| ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว)   | 301-600 บาท ร้อยละ 32.8    | 101-300 บาท ร้อยละ 41.9    |
| ความถี่ในการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                             | ไม่แน่นอน ร้อยละ 85.9      | ไม่แน่นอน ร้อยละ 64.7      |
| ช่วงเวลา que เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                       | 09.01-12.00 น. ร้อยละ 50.0 | 15.01-18.00 น. ร้อยละ 31.6 |

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงสรุปพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัขของเจ้าของสุนัขใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

| พฤติกรรม  | เพศ   |  |
|---|---|--|
|   | เพศชาย  | เพศหญิง                                  |
| วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข  | วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 82.8                  | วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 71.3             |
| สถานที่ที่ใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข  | ตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 78.1      | ตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 91.9 |
| ร้านที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ   | ตึกทาว์เพ็ทช็อป ร้อยละ 23.4                   | ตึกทาว์เพ็ทช็อป ร้อยละ 33.8              |
| การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข  | ใช้บริการร้านประจำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 57.8 | ใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน ร้อยละ 57.4      |
| เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข  | บริการได้ประทับใจ ร้อยละ 84.4                 | บริการได้ประทับใจ ร้อยละ 48.5            |
| แหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัขที่ได้รับ   | ป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 76.6                      | ป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 46.3                 |
| ความพึงพอใจของท่านหลังจากใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | พอใจปานกลาง ร้อยละ 57.8                       | พอใจปานกลาง ร้อยละ 51.5                  |
| ในอนาคตจะกลับมาใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข   | ใช้บริการ ร้อยละ 81.3                         | ใช้บริการ ร้อยละ 85.3                    |
| การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัข ในอนาคต                            | แนะนำ ร้อยละ 57.8                             | แนะนำ ร้อยละ 71.3                        |

#### 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 82 แสดงสรุปพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขของเจ้าของสุนัขในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกรายได้ต่อเดือน

| พฤติกรรม  | รายได้ต่อเดือน                                |  |
|---|---|--|
|   | ต่ำกว่า 5,000 บาท                             | 5,001 บาทขึ้นไป                          |
| บริการที่เคยใช้ในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                                 | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 77.5                     | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 89.7                |
| บริการที่ใช้บ่อยที่สุดในร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                          | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 53.5                     | อาบน้ำ แต่งขน ร้อยละ 87.9                |
| วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                    | เพื่อความสะอาด ร้อยละ 64.1                    | เพื่อทำความสะอาด ร้อยละ 70.7             |
| ผู้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข | ครอบครัว ร้อยละ 69.7                          | ครอบครัว ร้อยละ 58.6                     |
| ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว)   | 101-300 บาท ร้อยละ 36.6                       | 101-300 บาท ร้อยละ 43.1                  |
| ความถี่ในการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                             | ไม่แน่นอน ร้อยละ 69.0                         | ไม่แน่นอน ร้อยละ 77.6                    |
| ช่วงเวลา que เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                       | 15.01-18.00 น. ร้อยละ 35.9                    | 09.01-12.00 น. ร้อยละ 53.4               |
| วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                                 | วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 74.6                  | วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 75.9             |
| สถานที่ที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                               | ตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 85.2      | ตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 93.1 |
| ร้านที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ   | ดื่อกทาว์ เฟ็ทซ็อปล ร้อยละ 30.3               | ดื่อกทาว์ เฟ็ทซ็อปล ร้อยละ 31.0          |
| การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข                         | ใช้บริการร้านประจำเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 52.1 | ใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน ร้อยละ 63.8      |



ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงสรุปพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำแต่งขนสุนัขของเจ้าของสุนัขใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| พฤติกรรม   | รายได้ต่อเดือน                |                               |
|--|-------------------------------|-------------------------------|
|  | ต่ำกว่า 5,000 บาท             | 5,001 บาทขึ้นไป               |
| เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข  | บริการได้ประทับใจ ร้อยละ 54.2 | บริการได้ประทับใจ ร้อยละ 74.1 |
| แหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขที่ได้รับ   | ป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 55.6      | ป้ายหน้าร้าน ร้อยละ 56.9      |
| ความพึงพอใจของท่านหลังจากใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ | พอใจมาก ร้อยละ 50.0           | พอใจปานกลาง ร้อยละ 65.5       |
| ในอนาคตจะกลับมาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข   | ใช้บริการ ร้อยละ 83.1         | ใช้บริการ ร้อยละ 86.2         |
| การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ในอนาคต                                | แนะนำ ร้อยละ 73.9             | แนะนำ ร้อยละ 50.0             |

**ส่วนที่ 5 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ และรายได้ต่อเดือน**

**5.1 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.81, 3.77) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.71) และมีบริการครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.72, 3.70)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา มีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีการติดป้ายแจ้งค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ค่าบริการ  
เหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา มีการตีป้ายแจ้งค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย  
3.93) และคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.80)

**ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญ  
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ  
เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ  
มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.44) และอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ เวลาเปิด-  
ปิดร้านเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.60) และ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย  
(ค่าเฉลี่ย 3.56)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญโดยรวม  
มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มี  
ช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา การทดลองใช้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย  
3.53) และมีป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ป้ายหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ การจัด  
สัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ร่วมมือกับสถาบันสอนอาบน้ำ แต่งขน  
สุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา มีช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ มีการ  
โฆษณาผ่าน วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

**ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศ  
หญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับ  
แรกคือ ความมีชื่อเสียงของ ช่างตัดแต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา พนักงานมีทักษะ และ  
ความชำนาญและ จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และพนักงานมี  
บุคลิกดี สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ  
จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา พนักงานมีทักษะ และความ  
ชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และพนักงานมีบุคลิกดี สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.96)

**ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่ายชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีการตกแต่งร้านภายในและภายนอกสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่ายชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และร้านมีความสะอาด อากาศถ่ายเท ไม่มีกลิ่นเหม็น (ค่าเฉลี่ย 3.87)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา มีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว) (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา มีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว) (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 83 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร น้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามเพศ

| ปัจจัย                                    | เพศ  |   |
|---|--|---|
|   | เพศชาย   | เพศหญิง   |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                       | มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.81)                         | มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.77)  |
| ปัจจัยด้านราคา                            | ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81)           | ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98)  |
| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย            | เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84)                  | เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68)   |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด              | มีช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64)       | การจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ร่วมมือกับสถาบันสอนอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.99) |
| ปัจจัยด้าน บุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | ความมีชื่อเสียงของ ช่างตัดแต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.86)     | จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.05)  |
| ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า          | มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)               | มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04)  |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ                       | มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.27) | มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.34)  |

5.2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร น้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกรายได้เดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้รับการรับรองมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ มีบริการครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา มีการนำอุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ และมีบริการครบวงจร (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ มีบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.86)

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา มีป้ายแจ้งค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.67) และคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา มีการป้ายแจ้งค่าบริการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) คิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.84)

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ อยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา อยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และอยู่ใกล้ที่พักอาศัย (ค่าเฉลี่ย 3.91)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ร่วมมือกับสถาบันสอนอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา มีช่างแนะนำบริการ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การทำลองใช้บริการฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาการจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ร่วมมือกับสถาบันสอนอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ป้ายหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.83)

**ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีทักษะ และความชำนาญ และจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา ความมีชื่อเสียงของ ช่างตัดแต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.87) และพนักงานมีบุคลิกดี สะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานมีบุคลิกดี สะอาด และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ใจรักบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานมีทักษะในการสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

**ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ มีการตกแต่งร้านภายในและภายนอก สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ร้านมีความสะอาด อากาศถ่ายเท ไม่มีกลิ่นเหม็น (ค่าเฉลี่ย 4.12)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา มีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ มีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว) (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ มีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว) (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ตารางที่ 84 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหาร น้ำ แต่งขนสุนัข จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัย                                    | รายได้ต่อเดือน  |  |
|---|---|--|
|   | ต่ำกว่า 5,000 บาท   | 5,000 บาทขึ้นไป  |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                       | มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.72)  | มีบริการฝากเลี้ยง (ค่าเฉลี่ย 3.95)   |
| ปัจจัยด้านราคา                            | ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80)  | ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22)                               |
| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย            | เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.61)   | เวลาเปิด-ปิดร้าน เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.02)                                      |
| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด              | การจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสัตว์เลี้ยง ร่วมมือกับสถาบันสอนอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ค่าเฉลี่ย 3.77) | มีช่างแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86)                           |
| ปัจจัยด้าน บุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | พนักงานมีทักษะ และความชำนาญ และจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94)                            | พนักงานมีบุคลิกดี สะอาด และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ใจรักบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.19) |
| ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า          | มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87)  | มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29)                                   |
| ปัจจัยด้านกระบวนการ                       | มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.22)  | มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.55)                     |

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหา ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ มาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

### 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 20 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิราภรณ์ เมฆวัน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านรับดูแลสุนัขและแมวในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ไม่สอดคล้องกันในเรื่องของอายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 2-6-30 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง มากกว่า 15,000 บาท

### 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนบ่อยที่สุดคือ อาบน้ำ แต่งขน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิราภรณ์ เมฆวัน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านรับดูแลสุนัขและแมวในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการประเภทอาบน้ำให้สุนัขและแมว

### 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข คือ เพื่อความสะดวก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิราภรณ์ เมฆวัน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านรับดูแลสุนัขและแมวในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการเพราะเพื่อนแนะนำ

### 4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขคือ ไม่นานนอน และช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข คือ 09.01-12.00 น. วันที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข คือ วันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิราภรณ์ เมฆวัน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านรับดูแลสุนัขและแมวใน



อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าความถี่ในการมาใช้บริการคือ ประมาณเดือนละ 2-3 ครั้ง

### 5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานที่ที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข คือ ตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว) คือ 101-300 บาท

### 6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัขที่ได้รับคือ ป้ายหน้าร้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิราภรณ์ เมฆวัน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านรับดูแลสุนัขและแมวในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าสิ่งที่ทำให้รู้จักร้านดูแลสุนัขและแมว คือ ป้ายประกาศ

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วชิราภรณ์ เมฆวัน (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านรับดูแลสุนัขและแมวในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากลำดับแรกคือด้านพนักงานผู้ให้บริการ

### ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบจากการศึกษาดังนี้

1. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ในการศึกษาครั้งนี้คือส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 20 ปีมากที่สุด ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจเพราะรายได้ที่ได้รับมาจากครอบครัว และการใช้จ่ายเพิ่มมักจะไม่ใช่เหตุผลมากนัก

2. พฤติกรรมที่มีความน่าสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามเลือก เช่น สถานที่ใช้บริการตั้งอยู่ภายนอกห้างสรรพสินค้า วันที่มาใช้บริการเป็นประจำคือ วันเสาร์ -อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ(ต่อสุนัข 1 ตัว) คือ 101 – 300 บาท วัตถุประสงค์ในการเลี้ยงสุนัขเพื่อเป็นเพื่อน เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข เพื่อความสะดวก เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ บริการได้ประทับใจ ในอนาคตจะกลับมาใช้บริการ และมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการต่อไป

3. ความแตกต่าง ในพฤติกรรมการใช้บริการ ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข (ต่อสุนัข 1 ตัว) เพศชาย คือ 301-600 บาท ส่วนเพศหญิง คือ 101-300 บาท ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข เพศชาย คือ 09.01-12.00 น. ส่วนเพศหญิง คือ 15.01-18.00 น. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข เพศชาย เลือกใช้บริการร้านประจำเพียงอย่างเดียว ส่วนเพศหญิงเลือกใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน

4. ความแตกต่าง ในพฤติกรรมการใช้บริการ ระหว่างรายได้ 5,000 บาท และรายได้ 5,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้บริการ ร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000 บาท คือ เพื่อความสะดวก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000 บาทขึ้นไป คือ เพื่อความสะดวก ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คือ 09.01-12.00 น. ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000 บาทขึ้นไปคือ 15.01-18.00 น. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คือ เลือกใช้บริการร้านประจำเพียงอย่างเดียว ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000 บาทขึ้นไปคือ เลือกใช้บริการมากกว่า 1 ร้าน

5. พันธุ์สุนัขที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงมากที่สุดคือ พันธุ์ชิสุ

6. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 20 ปีมากที่สุด ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจ เพราะรายได้ที่ได้รับมาจากครอบครัว และการใช้จ่ายเพิ่มมักจะไม่ใช่เหตุผลมากนัก

7. ปัจจัยที่ผู้ประกอบการ ร้านให้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญ 10 อันดับแรก มีดังนี้

| ปัจจัยย่อย                                | ปัจจัยหลัก (7 P's)                 | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|---|------------------------------------|-------------------|----------|
| มีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการเสร็จสิ้น | ด้านกระบวนการ                      | 4.32              | 1        |
| มีการรับความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ      | ด้านกระบวนการ                      | 4.16              | 2        |
| มีการแจ้งลำดับการบริการ (บัตรคิว)         | ด้านกระบวนการ                      | 4.13              | 3        |
| มีห้องพักระหว่างรอรับบริการ               | ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า         | 4.0               | 4        |
| จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ         | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.97              | 5        |
| ป้ายชื่อร้านสังเกตเห็นได้ง่าย ชัดเจน      | ด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า         | 3.95              | 6        |
| มีการให้บริการที่รวดเร็ว                  | ด้านกระบวนการ                      | 3.95              | 7        |
| พนักงานมีทักษะ และความชำนาญ               | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.94              | 8        |
| ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ           | ด้านราคา                           | 3.93              | 9        |
| พนักงานมีบุคลิกดี สะอาด                   | ด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ | 3.90              | 10       |

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัข ของเจ้าของสุนัข ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนากลยุทธ์การตลาด ดังนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้ คือส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 20 ปีมากที่สุด ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และพันธุ์สุนัขที่เลี้ยงคือ พันธุ์เล็ก ได้แก่ ชิสุ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ควรมีความหลากหลาย และมีจุดขายที่สามารถความแตกต่าง จากร้านอาบน้ำ ตัดแต่งขนสุนัขทั่วไป เช่น บริการแปรงฟัน บริการชูดหินปูน ตัดแต่งทรงขนให้สวยงาม และจำหน่ายเสื้อผ้าสำหรับสุนัขพันธุ์เล็ก เป็นต้น

**ปัจจัยด้านราคา** กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักศึกษา ชื่อโดยไม่ใช่เหตุผลในการตัดสินใจมากนัก ดังนั้นการกำหนดราคา ควรให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยคิดเพิ่มในส่วนบริการที่ลูกค้ามีความต้องการ หรือจัดราคาเป็นแบบ Package รวม และควรมีป้ายบอกรายการค่าบริการต่างๆ ให้ชัดเจน

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ประกอบการร้านให้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขน สุนัข ควรเลือกทำเลที่ตั้งของร้านฯ โดยพิจารณาเลือกสถานที่ตั้งของร้านให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าในการมารับบริการเป็นหลัก ในทำเลที่ตั้งที่อยู่เดี่ยวๆ ตั้งอยู่ภายนอก ห้างสรรพสินค้า มีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ มีป้ายชื่อน้ำร้านที่มองเห็นเด่นชัดในระยะไกล

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ประกอบการร้านให้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขน สุนัข เลือกใช้การสื่อสารทางการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้า ในรูปแบบของ ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ป้ายหน้าร้าน ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และควรจัดทำให้สะอาดตา ตกแต่งให้สวยงาม ดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษา

**ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงานผู้ให้บริการ** ผู้ประกอบการร้านให้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขน สุนัข ควรจัดเตรียม จำนวนพนักงานให้เพียงพอ โดยเฉพาะในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันมีการใช้บริการมากที่สุด ควรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีใจรักการบริการ และที่สำคัญต้องมีใจรักสัตว์ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่ ถ้าได้รับบริการที่ประทับใจ มักจะกลับมาใช้ซ้ำ และบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อน หรือญาติของตนต่อไป

**ปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านค้า** ผู้ประกอบการร้านให้ บริการร้านอาบน้ำ แต่งขน สุนัข ควรเน้นความสะอาดของร้านฯ ไม่ให้มีกลิ่นเหม็น จัดร้านให้สวยงาม น่ารัก เพื่อดึงดูด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา ใช้สีสันทันใสเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ มีการแบ่ง พื้นที่สำหรับเป็นที่พักสำหรับลูกค้าระหว่างรอรับบริการ หรือรอรับบริการแล้วเสร็จ

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการร้านอาบน้ำ แต่งขน สุนัข มักจะนำสัตว์เลี้ยงมาทั้งตัว ผู้ประกอบการควรมีการแจ้ง ลำดับคิว ในการให้บริการ และมีการโทรศัพท์แจ้ง เมื่อกระบวนการแล้วเสร็จ และควรมีกล่องสำหรับรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการ หรือแจ้งเบอร์สำหรับรับฟังความคิดเห็น เพื่อให้ลูกค้าได้พูดคุยกับเจ้าของกิจการโดยตรง

**ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าคือ บริการได้ประทับใจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดมาตรฐาน ในการให้บริการ และมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าทุกคนได้รับความพอใจหลังได้รับบริการและที่สำคัญเพื่อสร้างความประทับใจ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ กลายเป็นลูกค้าประจำ และบอกต่อ ๆ เพื่อให้ได้ลูกค้าเพิ่มต่อไป