หัวข้อสหกิจศึกษา	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการร้านเกศกรบาร์เบอร์
ชื่อนักศึกษา	นางสาวชุติมน พินชุนศรี
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา	ผศ.ประภัสสร คำสวัสดิ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
พ.ศ.	2558

บทคัดย่อ

ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการร้านเกศกรบาร์เบอร์ การปฏิบัติงานในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาบริบท และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการร้านเกศกรบาร์เบอร์ของผู้บริโภคที่อยู่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัด ชลบุรี จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ขอบเขตเนื้อหาทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเกศกร บาร์เบอร์ของกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี มุ่งเฉพาะปัจจัยการตลาดของธุรกิจบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

โครงการนี้เป็นโครงการเชิงสำรวจ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเป็นศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการของร้านเกศกร บาร์เบอร์ จำนวนทั้งสิ้น 30 คนเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามปลายปิด ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ การสร้าง และการหาคุณภาพเครื่องมือโดยศึกษาเอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำร่างแบบสอบถามเสนอ อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แล้วไปทดลองใช้กับผู้บริโภคจำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามไปหาค่าเฉลี่ยนำมาแก้ไขและปรับปรุงจุดที่บกพร่องหลังการแก้ไขปัญหาที่พบ และจัดการทำประเมิน แบบสอบถามครั้งที่ 2 เพื่อหาความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับสุดท้ายนำแบบสอบถามมาสรุปผลที่ได้รับและประเมินความพึงพอใจจากแบบสอบถามทั้ง 2 ครั้ง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติประกอบด้วยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

SPU CHONBURI

ผลของโครง การเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งแรก พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ อยู่ระหว่าง 21 ถึง 35 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ โดยมีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือ20,000 บาทขึ้นไปและมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท น้อยที่สุด ผลของโครงการ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเกศกร บาร์เบอร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจ โดยรวมในระดับมากในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แต่ในปัจจัยทางด้านราคานั้นในเรื่องของการกำหนดราคาค่าบริการหลายระดับ มีการตัดสินใจ ในระดับน้อยโดยมีค่าฉลี่ยอยู่ที่ 2.27 อีกปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของ การแถมบริการเสริมพิเศษฟรี มีการตัดสินใจในระดับน้อยโดยมีค่าฉลี่ยอยู่ที่ 2.10

หลังจาก นำมาแก้ไขและปรับปรุงจุดที่บกพร่องปัญหาที่พบ และจัดการทำประเมินแบบสอบถามครั้งที่ 2 เพื่อหาความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับ พบว่า ผลการเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ครั้งที่2 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 21 ถึง 35 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ โดยมีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือ 20 ,000 บาทขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท น้อยที่สุด

ผลของโครงการเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเกศกร บาร์เบอร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจโดยรวมในระดับมากในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนในปัจจัยทางด้านราคานั้นในเรื่องของการกำหนดราคาค่าบริการหลายระดับ หลังจากมีการแก้ไขแล้วทำให้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 และอีกปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการแถมบริการเสริมพิเศษฟรี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27 โดยจากเดิมก่อนการประเมินนั้นมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 3.00 หลังจากที่ได้มีการปรับปรุง แก้ไขและทำการแจกแบบสอบถามอีกครั้งผลปรากฏว่า มีค่าเฉลี่ยที่ดีขึ้น และลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า มากขึ้น

SPU CHONBURI