

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวนทั้งสิ้น 271 คน ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 – 16)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 17 – 25)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 26 – 34)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ และข้อเสนอแนะ (ตารางที่ 35 – 38)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	25	9.23
หญิง	246	90.77
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 90.77 และชาย คิดเป็นร้อยละ 9.23

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	206	76.02
สมรส	58	21.40
หย่า/ม่าย	7	2.58
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.02 รองลงมาได้แก่ สมรส คิดเป็นร้อยละ 21.40 และหย่า/ม่าย คิดเป็นร้อยละ 2.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	33	12.20
21 – 30 ปี	157	57.90
31 – 40 ปี	46	17.00
41 – 50 ปี	19	7.00
51 ปีขึ้นไป	16	5.90
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมาได้แก่ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.20 20 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.20 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.00 และ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	45	16.61
อนุปริญญา	19	7.01
ปริญญาตรี	177	65.31
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	30	11.07
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.31 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 16.61 ปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.07 และอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 7.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	31	11.44
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	56	20.66
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	22.14
ลูกจ้างรายวัน	9	3.32
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	3.69
นักเรียน/นักศึกษา	94	34.69
ว่างงาน	8	2.95
อาชีพอิสระ	3	1.11
รวม	271	100.00

หมายเหตุ อาชีพอิสระ ได้แก่ มัคคุเทศก์ (จำนวน 2 คน) และรับวางแผนจัดงาน (จำนวน 1 คน)

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.69 รองลงมาได้แก่ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.14 พนักงานบริษัท/ห้าง

ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.66 ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 11.44 พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.69 ลูกจ้างรายวัน คิดเป็นร้อยละ 3.32 ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 2.95 และอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 1.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	113	41.70
10,001 – 20,000 บาท	87	32.10
20,001 – 30,000 บาท	34	12.55
30,001 – 40,000 บาท	11	4.06
40,001 – 50,000 บาท	7	2.58
มากกว่า 50,000 บาท	19	7.01
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.70 รองลงมาได้แก่ มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 32.10 มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.55 มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 4.06 มีรายได้ประมาณ 40,001 – 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 2.58 และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 7.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บ

บริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดแต่งเล็บมือ	136	16.17
ตัดแต่งเล็บเท้า	104	12.37
สปามือ	63	7.49
สปาเท้า	74	8.80
ทำสีเล็บมือ	142	16.89
ทำสีเล็บเท้า	80	9.51
พ่นท์ลวดลายเล็บมือ	115	13.67
พ่นท์ลวดลายเล็บเท้า	21	2.50
พ่นท์ป็นูน ตกแต่งแฟนซี	26	3.09
ต่อเล็บแบบอะคริลิก	36	4.28
ต่อเล็บแบบเจล	10	1.19
เติมโคนเล็บอะคริลิก	15	1.78
เคลือบเงาเล็บด้วยเจล	19	2.26

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 7 พบว่าบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บคือ ทำสีเล็บมือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.89 รองลงมาได้แก่ ตัดแต่งเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 16.17 พ่นท์ลวดลายเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 13.67 ตัดแต่งเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 12.37 ทำสีเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 9.51 สปาเท้า คิดเป็นร้อยละ 8.80 สปามือ คิดเป็นร้อยละ 7.49 ต่อเล็บอะคริลิก คิดเป็นร้อยละ 4.28 พ่นท์เล็บป็นูน ตกแต่งแฟนซี คิดเป็นร้อยละ 3.09 พ่นท์ลวดลายเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 2.50 เคลือบเงาเล็บด้วยเจล คิดเป็นร้อยละ 2.26 เติมโคนเล็บอะคริลิก คิดเป็นร้อยละ 1.78 และต่อเล็บแบบเจล คิดเป็นร้อยละ 1.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ

การใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ	จำนวน	ร้อยละ
มี	120	44.30
ไม่มี	151	55.70
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ คิดเป็นร้อยละ 55.70 และใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ คิดเป็นร้อยละ 44.30

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการใช้บริการเสริมความงามเล็บ

ความถี่ของการใช้บริการเสริมความงามเล็บ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	98	36.20
1 – 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง	63	23.20
2 สัปดาห์ – 1 เดือนต่อ 1 ครั้ง	59	21.80
1 – 2 สัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง	47	17.30
สัปดาห์หนึ่งมากกว่า 1 ครั้ง	4	1.50
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บมากกว่า 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาได้แก่ 1 – 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.20 2 สัปดาห์ – 1 เดือนต่อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.80 1 – 2 สัปดาห์ต่อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.30 และสัปดาห์หนึ่งมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ

ช่วงเวลาในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	จำนวน	ร้อยละ
9.00 – 12.00 น.	11	4.06
12.01 – 15.00 น.	26	9.59
15.01 – 18.00 น.	53	19.56
18.01 – 21.00 น.	91	33.58
อื่นๆ	1	0.37
ไม่แน่นอน	89	32.84
รวม	271	100.00

หมายเหตุ อื่นๆ คือ ช่วง 21.01 – 24.00 น. (จำนวน 1 คน)

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.58 รองลงมาได้แก่ ใช้บริการในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 32.84 15.01 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.56 12.01 – 15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.59 9.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.06 และอื่นๆ คือช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ

วันที่ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	6	2.11
อังคาร	2	0.71
พุธ	3	1.06
พฤหัสบดี	1	0.35
ศุกร์	11	3.87
เสาร์	37	13.03
อาทิตย์	48	16.90
ไม่แน่นอน	176	61.97

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บไม่แน่นอน คือไม่สามารถระบุวันใช้บริการได้อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 61.97 รองลงมาได้แก่ วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 16.90 วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 13.03 วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 3.87 วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 2.11 วันพุธ คิดเป็นร้อยละ 1.06 วันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 0.71 และวันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 0.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	34	12.55
31 นาที – 1 ชั่วโมง	126	46.49
1 ชั่วโมง 1 นาที – 1 ชั่วโมง 30 นาที	39	14.39
1 ชั่วโมง 31 นาที – 2 ชั่วโมง	63	23.25
2 ชั่วโมงขึ้นไป	9	3.32
รวม	271	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการใช้บริการ 31 นาที – 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.49 รองลงมาได้แก่ 1 ชั่วโมง 31 นาที – 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.25 1 ชั่วโมง 1 นาที – 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 14.39 น้อยกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.55 และ 2 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการทำสีเล็บ (ทาสีเล็บอย่างเดียว ไม่มีการเพ้นท์ลวดลาย) เฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการทำสีเล็บ (ทาสีเล็บอย่างเดียว ไม่มีการเพ้นท์ลวดลาย) เฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	69	44.20
101 – 200 บาท	43	27.60
201 – 300 บาท	19	12.20
301 – 400 บาท	8	5.10
401 – 500 บาท	15	9.60
มากกว่า 500 บาท	2	1.30
รวม	156	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการทำสีเล็บจำนวน 156 คน มีผู้เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการทำสีเล็บน้อยกว่า 100 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองลงมาได้แก่ 101 – 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.60 201 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.20 401 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.60 301 – 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.10 และมากกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเพ้นท์ลวดลายเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเพ้นท์ลวดลายเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	37	23.87
101 – 200 บาท	50	32.26
201 – 300 บาท	29	18.71
301 – 400 บาท	12	7.74
401 – 500 บาท	19	12.26
มากกว่า 500 บาท	8	5.16
รวม	155	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการเพ้นท์ลวดลายเล็บจำนวน 155 คน มีผู้เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเพ้นท์ลวดลายเล็บ 101 – 200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.26 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.87 201 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.71 401 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.26 301 – 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.74 และมากกว่า 500 บาท คิดเป็น ร้อยละ 5.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการทำสปามือและเท้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

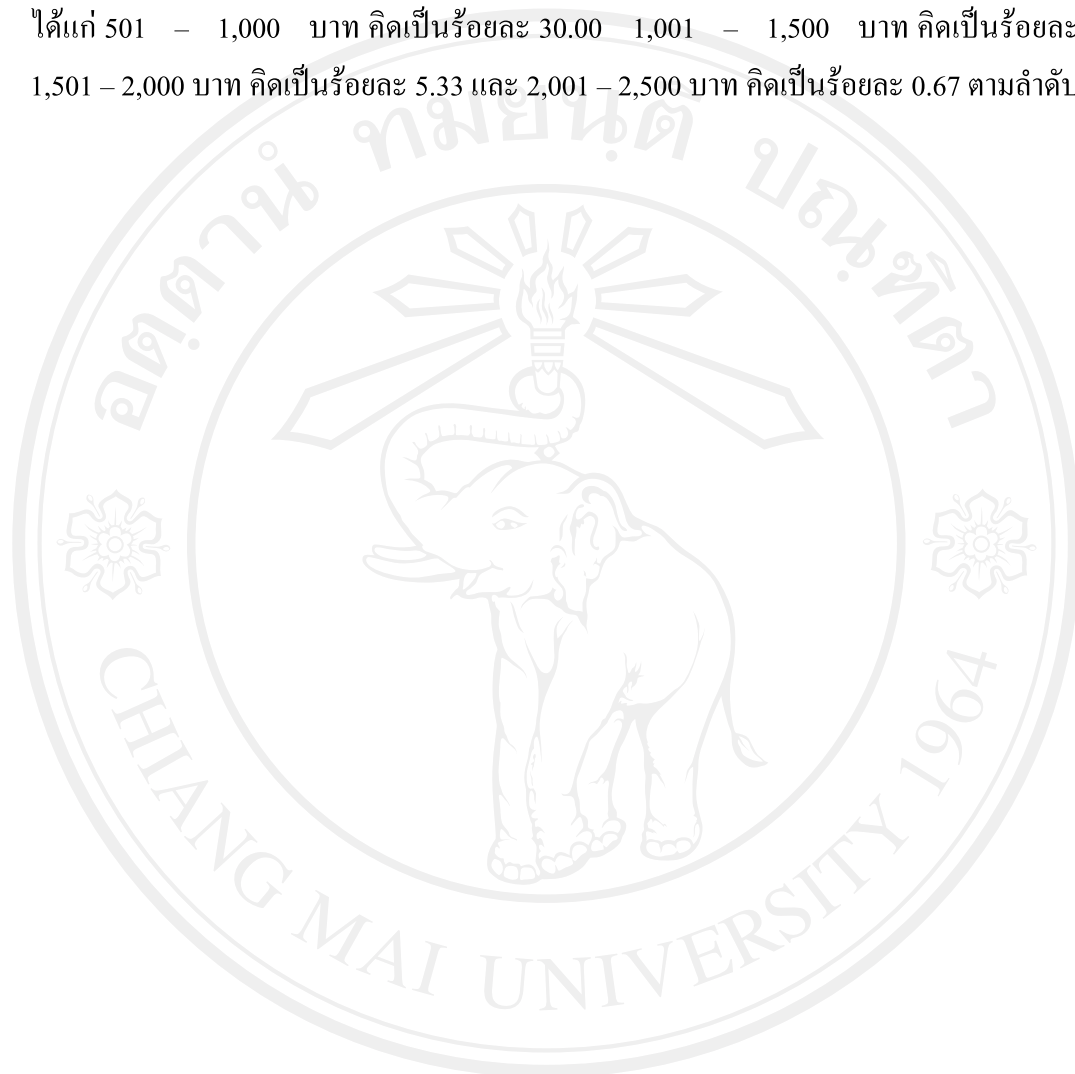
ค่าใช้จ่ายในการทำสปามือและเท้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 300 บาท	48	33.33
301 – 600 บาท	66	45.83
601 – 900 บาท	15	10.42
901 – 1,200 บาท	10	6.95
1,201 – 1,500 บาท	5	3.47
รวม	144	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการทำสปามือและเท้าจำนวน 144 คน มีผู้เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการทำสปามือและเท้า 301 – 600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 601 – 900 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.42 901 – 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.95 และ 1,201 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	84	56.00
501 – 1,000 บาท	45	30.00
1,001 – 1,500 บาท	12	8.00
1,501 – 2,000 บาท	8	5.33
2,001 – 2,500 บาท	1	0.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการต่อเดือนจำนวน 150 คน มีผู้เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการต่อเดือนน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.00 1,501 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.33 และ 2,001 – 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผลิตภัณฑ์	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีบริการให้เลือก หลากหลาย	5 (1.85)	13 (4.80)	69 (25.46)	132 (48.71)	52 (19.19)	3.79 (มาก)	5
มีข้อผลิตภัณฑ์ให้ เลือกใช้บริการหลากหลาย	6 (2.22)	23 (8.52)	84 (31.11)	109 (40.37)	48 (17.78)	3.63 (มาก)	7
มีสีทาเล็บให้เลือกเจดสี จำนวนมาก	7 (2.63)	12 (4.51)	30 (11.28)	122 (45.86)	95 (35.71)	4.08 (มาก)	1
สีทาเล็บมีคุณภาพ เจดสีไม่ ผดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย	9 (3.35)	13 (4.83)	41 (15.24)	111 (41.26)	95 (35.32)	4.00 (มาก)	2
มีอุปกรณ์ต่อหรือตกแต่ง เล็บจำนวนมาก	11 (4.09)	17 (6.32)	62 (23.05)	123 (45.72)	56 (20.82)	3.73 (มาก)	6
ผลิตภัณฑ์ต่อเล็บหรือ ตกแต่งเล็บมีคุณภาพ	9 (3.33)	15 (5.56)	54 (20.00)	116 (42.96)	76 (28.15)	3.87 (มาก)	4
มีแบบหรือลวดลายทำเล็บ หลากหลาย	9 (3.32)	15 (5.54)	51 (18.82)	103 (38.01)	93 (34.32)	3.94 (มาก)	3
มีกลิ่นสปามือและเท้าให้ เลือกจำนวนมาก	5 (1.85)	22 (8.15)	85 (31.48)	113 (41.85)	45 (16.67)	3.63 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) สีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ผลิตภัณฑ์ต่อเล็บหรือตกแต่งเล็บมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีบริการให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีอุปกรณ์ต่อหรือตกแต่งเล็บให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) มียี่ห้อผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการหลากหลาย และมีกลิ่น สปามือและเท้าให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ราคา	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีระดับราคาแตกต่างกัน เพื่อเป็นตัวเลือกแก่ลูกค้า	2 (0.74)	9 (3.32)	75 (27.68)	137 (50.55)	48 (17.71)	3.81 (มาก)	4
ราคาถูกกว่าเมื่อ เปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ	2 (0.74)	13 (4.8)	80 (29.52)	112 (41.33)	64 (23.62)	3.82 (มาก)	3
ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการ	1 (0.37)	7 (2.58)	44 (16.24)	127 (46.86)	92 (33.95)	4.11 (มาก)	1
มีป้ายแสดงราคาของ บริการอย่างชัดเจน	2 (0.75)	13 (4.87)	54 (20.22)	126 (47.19)	72 (26.97)	3.95 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.92) ซึ่งปัจจัย

ย้อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีระดับราคาที่แตกต่างกันเพื่อเป็นตัวล่อให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

สถานที่ให้บริการ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						อันดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็น ได้ชัดเจน	0 (0.00)	20 (7.41)	98 (36.3)	119 (44.07)	33 (12.22)	3.61 (มาก)	4
สถานที่ตั้งมีที่จอดรถ สะดวกสบายและเพียงพอ	0 (0.00)	17 (6.32)	76 (28.25)	117 (43.49)	59 (21.93)	3.81 (มาก)	1
สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจร ไม่ติดขัด	0 (0.00)	18 (6.64)	80 (29.52)	112 (41.33)	61 (22.51)	3.80 (มาก)	2
สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัย หรือที่ทำงาน	1 (0.37)	20 (7.43)	95 (35.32)	102 (37.92)	51 (18.96)	3.68 (มาก)	3
สถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือ ใกล้แหล่งการค้า	7 (2.61)	24 (8.96)	109 (40.67)	95 (35.45)	33 (12.31)	3.46 (มาก)	5
มีสาขาหลายแห่งเพื่อ รองรับลูกค้า	13 (4.81)	36 (13.33)	122 (45.19)	75 (27.78)	24 (8.89)	3.23 (ปานกลาง)	6
มีร้านแยกต่างหากของ ตัวเอง	16 (5.97)	36 (13.43)	117 (43.66)	74 (27.61)	25 (9.33)	3.21 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.54 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ตั้งจอร์จสะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.61) และสถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลในระดับปานกลางเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีสาขาหลายแห่งเพื่อรองรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23) และมีร้านแยกต่างหากของตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 3.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

การส่งเสริมการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						อันดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ	4 (1.49)	19 (7.06)	104 (38.66)	106 (39.41)	36 (13.38)	3.56 (มาก)	4
พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า	2 (0.74)	9 (3.32)	44 (16.24)	125 (46.13)	91 (33.58)	4.08 (มาก)	1
มีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ	5 (1.85)	12 (4.43)	99 (36.53)	111 (40.96)	44 (16.24)	3.65 (มาก)	3
มีการซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูก	11 (4.07)	23 (8.52)	103 (38.15)	89 (32.96)	44 (16.30)	3.49 (มาก)	5
มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ	6 (2.24)	18 (6.72)	84 (31.34)	106 (39.55)	54 (20.15)	3.69 (มาก)	2
มีการออกบูธเพื่อแนะนำร้านหรือให้ส่วนลดพิเศษ	19 (7.01)	30 (11.07)	113 (41.7)	89 (32.84)	20 (7.38)	3.23 (ปานกลาง)	6
เป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ	43 (15.87)	48 (17.71)	133 (49.08)	38 (14.02)	9 (3.32)	2.71 (ปานกลาง)	8
มีการแจ้งข่าวสารการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง	31 (11.44)	51 (18.82)	117 (43.17)	52 (19.19)	20 (7.38)	2.92 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.42 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.42) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีการซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการออกบูธเพื่อแนะนำร้านหรือให้ส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีการแจ้งข่าวสารการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 2.92) และเป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

บุคลิกภาพ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	จำนวน		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีช่างทำเล็บให้บริการ อย่างเพียงพอ	4 (1.46)	4 (1.46)	82 (29.84)	130 (47.31)	51 (18.56)	3.81 (มาก)	4	
ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ	2 (0.75)	5 (1.87)	41 (15.30)	110 (41.04)	110 (41.04)	4.20 (มาก)	1	
ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ ดี สะอาด พุดจาไพเราะ	1 (0.37)	2 (0.74)	44 (16.3)	122 (45.19)	101 (37.41)	4.19 (มาก)	2	
ช่างทำเล็บสามารถ แนะนำบริการที่เหมาะสม แก่ลูกค้า	1 (0.37)	2 (0.74)	44 (16.3)	122 (45.19)	101 (37.41)	4.00 (มาก)	3	
ช่างทำเล็บมีใบรับรอง ความสามารถ	6 (2.21)	16 (5.90)	82 (30.26)	104 (38.38)	63 (23.25)	3.75 (มาก)	5	
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						3.99 (มาก)		

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีช่างทำเล็บให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และช่างทำเล็บมีใบรับรองความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ลักษณะทางกายภาพ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม	0 (0.00)	8 (2.96)	78 (28.89)	145 (53.7)	39 (14.44)	3.80 (มาก)	4
มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ	0 (0.00)	9 (3.32)	71 (26.2)	135 (49.82)	56 (20.66)	3.88 (มาก)	3
อุณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม	0 (0.00)	4 (1.49)	73 (27.14)	140 (52.04)	52 (19.33)	3.89 (มาก)	2
สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด	0 (0.00)	3 (1.11)	43 (15.93)	113 (41.85)	111 (41.11)	4.23 (มากที่สุด)	1
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน	1 (0.37)	7 (2.58)	67 (24.72)	142 (52.4)	54 (19.93)	3.89 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อุณหภูมิของร้านมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และสถานที่ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

กระบวนการให้บริการ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ						อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก	0 (0.00)	4 (1.48)	47 (17.34)	134 (49.45)	86 (31.73)	4.11 (มาก)	1
มีการจัดลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นระบบ	3 (1.11)	7 (2.58)	69 (25.46)	125 (46.13)	67 (24.72)	3.91 (มาก)	4
กระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว	1 (0.37)	8 (2.95)	64 (23.62)	124 (45.76)	74 (27.31)	3.97 (มาก)	3
กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว	1 (0.37)	6 (2.21)	65 (23.99)	124 (45.76)	75 (27.68)	3.98 (มาก)	2
ช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจน	3 (1.11)	17 (6.30)	79 (29.26)	110 (40.74)	61 (22.59)	3.77 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.95 (มาก)	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.11) กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.98) กระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีการจัดลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ		
	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับที่
สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด	ลักษณะทางกายภาพ	4.23 (มากที่สุด)	1
ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ	บุคลากร	4.20 (มาก)	2
ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ	บุคลากร	4.19 (มาก)	3
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ	ราคา	4.11 (มาก)	4
การต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก	กระบวนการให้บริการ	4.11 (มาก)	4
มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก	ผลิตภัณฑ์	4.08 (มาก)	5

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ		
	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	4.08 (มาก)	5
สีทาเล็บมีคุณภาพ เจดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย	ผลิตภัณฑ์	4.00 (มาก)	6
ช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า	บุคลากร	4.00 (มาก)	6
กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว	กระบวนการให้บริการ	3.98 (มาก)	7
กระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว	กระบวนการให้บริการ	3.97 (มาก)	8
มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน	ราคา	3.95 (มาก)	9
มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย	ผลิตภัณฑ์	3.94 (มาก)	10

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.23) ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ และการต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเอง และอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก และพนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08) สีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย และช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย เท่ากัน 4.00) กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.98) กระบวนการ ให้บริการมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95) มี แบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
ผลิตภัณฑ์	3.83 (มาก)	5
ราคา	3.92 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการ	3.54 (มาก)	6
การส่งเสริมการตลาด	3.42 (มาก)	7
บุคลากร	3.99 (มาก)	1
ลักษณะทางกายภาพ	3.94 (มาก)	3
กระบวนการให้บริการ	3.95 (มาก)	2

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.99) กระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผลិតภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 26 ร้อยละของบริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

บริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บ	ชาย		หญิง	
	ร้อยละ	อันดับที่	ร้อยละ	อันดับที่
ตัดแต่งเล็บมือ	27.14	1	15.18	2
ตัดแต่งเล็บเท้า	18.58	3	11.80	4
สปามือ	25.71	2	5.84	7
สปาเท้า	25.71	2	7.26	6
ทำสีเล็บมือ	1.43	4	18.29	1
ทำสีเล็บเท้า	1.43	4	10.25	5
เพ้นท์ลวดลายเล็บมือ	0.00	5	14.92	3
เพ้นท์ลวดลายเล็บเท้า	0.00	5	2.72	10
เพ้นท์ป้านูน ตกแต่งแฟนซี	0.00	5	3.37	9
ต่อเล็บแบบอะคริลิก	0.00	5	4.67	8
ต่อเล็บแบบเจล	0.00	5	1.30	13
เติมโคนเล็บอะคริลิก	0.00	5	1.95	12
เคลือบเงาเล็บด้วยเจล	0.00	5	2.45	11
รวม	100.00		100.00	

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุดอันดับแรกคือ ตัดแต่งเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 27.14 รองลงมา ได้แก่ สปามือ สปาเท้า มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.71 ตัดแต่งเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 18.58 ทำสีเล็บมือและทำสีเล็บเท้ามีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุดอันดับแรกคือทำสีเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 18.29 รองลงมาได้แก่ ตัดแต่งเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 15.18 ฟันท်ลวดลายเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 14.92 ตัดแต่งเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 11.80 ทำสีเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 10.25 สปาเท้า คิดเป็นร้อยละ 7.26 สปามือ คิดเป็นร้อยละ 5.84 ต่อเล็บแบบอะคริลิก คิดเป็นร้อยละ 4.67 ฟันท်ป้อนูน ตกแต่งแฟนซี คิดเป็นร้อยละ 3.37 ฟันท်ลวดลายเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 2.72 เคลือบเงาเล็บด้วยเจล คิดเป็นร้อยละ 2.45 เติมโคนเล็บอะคริลิก คิดเป็นร้อยละ 1.95 และต่อเล็บแบบเจล คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลิตภัณฑ์	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
มีบริการให้เลือกหลากหลาย	3.76 (มาก)	2	3.79 (มาก)	6
มีมืออาชีพผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการ หลากหลาย	3.20 (ปานกลาง)	3	3.67 (มาก)	7
มีสีทาเล็บให้เลือกเจดสีจำนวนมาก	2.88 (ปานกลาง)	6	4.20 (มาก)	1
สีทาเล็บมีคุณภาพ เจดสีไม่ผิดเพี้ยน หรือหลุดลอกง่าย	2.72 (ปานกลาง)	8	4.14 (มาก)	2
มีอุปกรณ์ต่อหรือตกแต่งเล็บให้เลือก จำนวนมาก	3.00 (ปานกลาง)	4	3.80 (มาก)	5
ผลิตภัณฑ์ต่อเล็บหรือตกแต่งเล็บมี คุณภาพ	2.92 (ปานกลาง)	5	3.97 (มาก)	4
มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือก หลากหลาย	2.80 (ปานกลาง)	7	4.06 (มาก)	3
มีกลิ่นสปามือและเท้าให้เลือกจำนวน มาก	3.88 (มาก)	1	3.61 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.15 (ปานกลาง)		3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.15) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีกลิ่นสปาเมื่อและทำให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีบริการให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลางของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มียี่ห้อผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีอุปกรณ์ต่อหรือตกแต่งเล็บให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.00) ผลิตภัณฑ์ต่อเล็บหรือตกแต่งเล็บมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.92) มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 2.88) มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.80) และสีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.72) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และสีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผลิตภัณฑ์ต่อเล็บหรือตกแต่งเล็บมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีอุปกรณ์ต่อหรือตกแต่งเล็บให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีบริการให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มียี่ห้อผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีกลิ่นสปาเมื่อและทำให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ราคา	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
มีระดับราคาแตกต่างกันเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า	3.72 (มาก)	4	3.82 (มาก)	3
ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ	3.96 (มาก)	2	3.81 (มาก)	4
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.28 (มากที่สุด)	1	4.10 (มาก)	1
มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน	3.75 (มาก)	3	3.97 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)		3.93 (มาก)	

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยที่ปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีผลในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีระดับราคาแตกต่างกันเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีระดับราคาแตกต่างกันเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) และราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ให้บริการ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน	3.32 (ปานกลาง)	4	3.64 (มาก)	3
สถานที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	3.72 (มาก)	3	3.82 (มาก)	1
สถานที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก การจราจรไม่ติดขัด	3.80 (มาก)	2	3.80 (มาก)	2
สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน	4.12 (มาก)	1	3.63 (มาก)	4
สถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้า	3.00 (ปานกลาง)	5	3.51 (มาก)	5
มีสาขาหลายแห่งเพื่อรองรับลูกค้า	2.96 (ปานกลาง)	6	3.25 (ปานกลาง)	7
มีร้านแยกต่างหากของตัวเอง	2.76 (ปานกลาง)	7	3.26 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38 (ปานกลาง)		3.56 (มาก)	

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.38) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสถานที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลางของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.32) สถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีสาขาหลายแห่งเพื่อรองรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.96) และมีร้านแยกต่างหากของตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ สถานที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.64) สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีร้านแยกต่างหากของตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 3.26) และมีสาขาหลายแห่งเพื่อรองรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 เฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

การส่งเสริมการตลาด	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
การโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ	3.36 (ปานกลาง)	5	3.58 (มาก)	4
พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า	3.92 (มาก)	1	4.10 (มาก)	1
มีการสมัครสมาชิกของร้าน เพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ	3.72 (มาก)	2	3.65 (มาก)	3
มีการซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูก	3.44 (มาก)	4	3.49 (มาก)	5
มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ	3.56 (มาก)	3	3.70 (มาก)	2
มีการออกบูธเพื่อแนะนำร้านหรือให้ส่วนลดพิเศษ	2.56 (น้อย)	7	3.29 (ปานกลาง)	6
เป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ	2.28 (น้อย)	8	2.76 (ปานกลาง)	8
มีการแจ้งข่าวสารการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง	2.60 (น้อย)	6	2.96 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (ปานกลาง)		3.44 (มาก)	

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.18) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีการซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูกลง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการแจ้งข่าวสารการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 2.60) มีการออกบูธเพื่อแนะนำร้านหรือให้ส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 2.56) และเป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.28) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.44) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีการซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูกลง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีการออกบูธเพื่อแนะนำร้านหรือให้ส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีการแจ้งข่าวสารการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 2.96) และเป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 2.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

บุคลากร	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
มีช่างทำเล็บให้บริการอย่างเพียงพอ	3.88 (มาก)	3	3.80 (มาก)	4
ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และ ชำนาญ	4.13 (มาก)	2	4.20 (มาก)	1
ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พูดจาไพเราะ	4.16 (มาก)	1	4.19 (มาก)	2
ช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่ เหมาะสมแก่ลูกค้า	3.64 (มาก)	4	4.04 (มาก)	3
ช่างทำเล็บมีใบรับรองความสามารถ	3.44 (มาก)	5	3.78 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 (มาก)		4.00 (มาก)	

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พูดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีช่างทำเล็บให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) และช่างทำเล็บมีใบรับรองความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.00) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีช่างทำเล็บให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ช่างทำเล็บมีใบรับรองความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางกายภาพ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
สถานที่ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม	3.76 (มาก)	3	3.80 (มาก)	5
มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ	3.76 (มาก)	3	3.89 (มาก)	3
อุณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม	4.00 (มาก)	2	3.88 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด	4.44 (มากที่สุด)	1	4.21 (มากที่สุด)	1
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน	3.76 (มาก)	3	3.90 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)		3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีผลในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ อุณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.76) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีผลในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) อุณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88) และสถานที่ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย แปลผล และอันดับ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

กระบวนการให้บริการ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
การต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเอง และอำนวยความสะดวก	4.20 (มาก)	1	4.11 (มาก)	1
มีการจัดลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นระบบ	4.04 (มาก)	3	3.89 (มาก)	4
กระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว	4.04 (มาก)	3	3.96 (มาก)	3
กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้อง และรวดเร็ว	4.12 (มาก)	2	3.97 (มาก)	2
ช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำ เล็บได้อย่างชัดเจน	3.40 (ปานกลาง)	4	3.81 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 (มาก)		3.95 (มาก)	

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การต้อนรับลูกค้าเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.20) กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีการจัดลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นระบบ และกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.04) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับปานกลาง

พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.95) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การต้อนรับลูกค้าเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.11) กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) กระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการจัดลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left, with a traditional Thai crown on its head. Above the elephant is a five-pointed star. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English and Thai script.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย แปลผล และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
ผลิตภัณฑ์	3.15 (ปานกลาง)	7	3.91 (มาก)	5
ราคา	3.93 (มาก)	3	3.93 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการ	3.38 (ปานกลาง)	5	3.56 (มาก)	6
การส่งเสริมการตลาด	3.18 (ปานกลาง)	6	3.44 (มาก)	7
บุคลากร	3.85 (มาก)	4	4.00 (มาก)	1
ลักษณะทางกายภาพ	3.94 (มาก)	2	3.94 (มาก)	3
กระบวนการให้บริการ	3.96 (มาก)	1	3.95 (มาก)	2

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ กระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) และบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลางของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) การส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.18) และผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.15) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ บุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.00) กระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ราคา (ค่าเฉลี่ย 3.95) ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) สถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ และข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงิน

การชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	240	83.92
บัตรเครดิต	37	12.94
บัตรเดบิต	2	0.70
บัตรสมาชิกหรือคูปอง	7	2.44
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 83.92 รองลงมาชำระเงินด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 12.94 บัตรสมาชิกหรือคูปอง คิดเป็นร้อยละ 2.44 และบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสื่อที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ

ประเภทของสื่อที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	จำนวน	ร้อยละ
ใบปลิว แผ่นพับ	55	10.07
ป้ายโฆษณา	65	11.91
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	44	8.06
วิทยุ	12	2.20
อินเทอร์เน็ต	35	6.41
คนรู้จัก	222	40.66
เจ้าของร้านหรือพนักงานประจำร้าน	112	20.51
อื่นๆ	1	0.18

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และอื่นๆ คือ SMS

จากตารางที่ 36 พบว่าสื่อที่มีผลในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด คือ คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 40.66 รองลงมาได้แก่ เจ้าของร้านหรือพนักงานประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.51 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.91 ใบปลิว แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 10.07 นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 8.06 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 6.41 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 2.20 และ SMS คิดเป็นร้อยละ 0.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามร้านเสริมความงามเล็บใน
อุดมคติของผู้ตอบแบบสอบถาม

ร้านเสริมความงามเล็บในอุดมคติของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ทำแบบเล็บและสีเล็บให้ได้ทุกแบบที่ต้องการ	169	21.47
ให้บริการได้ดี ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบาย และความรวดเร็ว	204	25.92
มีอุปกรณ์ทันสมัย เช่น คอมพิวเตอร์ออกแบบเล็บ อุปกรณ์ทำเล็บใหม่ๆ เป็นต้น	104	13.22
การตกแต่งร้านมีความสวยงามโดดเด่น ให้ความรู้สึกพิเศษสำหรับผู้เข้ารับบริการ	92	11.69
ราคาเหมาะสมกับสินค้าและบริการ	215	27.32
อื่นๆ	3	0.38

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ และอื่นๆ ได้แก่ ทำเล็บออกมามี (จำนวน 1 คน) ร้านและอุปกรณ์มีความสะอาด (จำนวน 1 คน) และพนักงานมีจิตบริการ (จำนวน 1 คน)

จากตารางที่ 37 พบว่าร้านเสริมความงามเล็บในอุดมคติของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ราคาเหมาะสมกับสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 27.32 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ให้บริการได้ดี ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบาย และความรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 25.92 ทำแบบเล็บและสีเล็บให้ได้ทุกแบบที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 21.47 มีอุปกรณ์ทันสมัยเช่น คอมพิวเตอร์ออกแบบเล็บ อุปกรณ์ทำเล็บใหม่ๆ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 13.22 การตกแต่งร้านมีความสวยงามโดดเด่น ให้ความรู้สึกพิเศษสำหรับผู้เข้ารับบริการ คิดเป็นร้อยละ 11.69 และอื่นๆ ได้แก่ ทำเล็บออกมามีความสะอาด และพนักงานมีจิตบริการ คิดเป็นร้อยละ 0.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการร้านเสริมความงามเล็บ

อันดับที่	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการร้านเสริมความงามเล็บ	จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะ
1	ควรรักษาความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์	6
2	ราคาควรเหมาะสมไม่แพงเกินไป	4
3	ร้านควรมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม	3
4	ควรมีบริการที่ดีเพื่อเกิดการใช้จ่าย	2
4	พนักงานควรมีฝีมือดี บริการมีคุณภาพ มีความชำนาญ	2
5	สีทาเล็บควรมีให้เลือกจำนวนมาก	1
5	การพื้นที่ลดตายเล็บควรมีให้เลือกหลากหลาย	1
5	การทำสีเล็บควรมีความประณีต ผลลัพธ์ออกมาสวยงาม	1
5	ราคาควรมีให้เลือกหลากหลายตามประเภทบริการ	1
5	ควรมีที่จอดรถสะดวกสบาย	1
5	ควรมีอบรมสอนทำเล็บ	1
5	ควรมีพนักงานเพียงพอ	1
5	พนักงานควรมีความเอาใจใส่ลูกค้า พุดจาไพเราะ	1
5	ควรมีเก้าอี้เพียงพอ	1
5	อุปกรณ์ควรทันสมัย	1
5	ควรมีการแนะนำการบริการก่อนให้บริการ	1