

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้คือ ผู้ที่เคยใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บที่อยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 271 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาสรุป อภิปรายผล เสนอข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แบ่งผลการสรุปผลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 90.77 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.02 มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.90 มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.31 มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.69 มีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.70

บริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ ทำสีเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 16.89 การตัดแต่งเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 16.17 พันท์ลวดลายเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 13.67 ตัดแต่งเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 12.37 และทำสีเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 9.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ คิดเป็นร้อยละ 55.70 ใช้บริการมากกว่า 3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.20 ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บไม่แน่นอน คือไม่สามารถระบุวันใช้บริการได้อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 61.97 ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 33.58 ใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลา 31 นาที – 1 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.49

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่จ่ายค่าทำสีเล็บ (ทาสีเล็บอย่างเดียว ไม่พ่นท์ลวดลาย) เฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.20 ค่าพ่นท์สีเล็บเฉลี่ยต่อครั้ง 101 – 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.26 ค่าทำสปาเฉลี่ยต่อครั้ง 301 – 600 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.83 ค่าต่อเล็บเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ ปัจจัยด้านบุคลากร (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

โดยที่ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.23) ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ และการต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.11) มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก และพนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.08) สีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย และช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.00) กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.98) กระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.83) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสี

จำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) สีทาเล็บมีคุณภาพ เจดสีไม่ผิ่ดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ผลิตภัณฑ์ต่อเล็บหรือตกแต่งเล็บมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีบริการให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีอุปกรณ์ต่อหรือตกแต่งเล็บให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) มียี่ห้อผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการหลากหลาย และมีกลิ่นสปาดีและทำให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.63) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.92) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีระดับราคาที่แตกต่างกันเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.54) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ตั้งมีที่จอดรถ สะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) สถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.61) และสถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (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

ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (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

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดคือ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.23) และเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยย่อยอื่นๆ

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ อุณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.89) มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และสถานที่ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก (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

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ ตัดแต่งเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 27.14 รองลงมา ได้แก่ สปามือ สปาเท้า มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.71 ตัดแต่งเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 18.58 ทำสีเล็บมือ ทำสีเล็บเท้า มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ ทำสีเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 18.29 ตัดแต่งเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 15.18 ฟันท์ ลวดลายเล็บมือ คิดเป็นร้อยละ 14.92 ตัดแต่งเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 11.80 และทำสีเล็บเท้า คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

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

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ 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 3.93) ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) สถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิงที่แตกต่างกัน โดยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยย่อยบางปัจจัยมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศแตกต่างกัน

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ | |
|---|------------------------|--|----------------------|
| | | ชาย | หญิง |
| | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีเจ้าหน้าที่ให้เลือกใช้บริการ หลากหลาย | ผลิตภัณฑ์ | 3.20 (ปานกลาง) | 3.67 (มาก) |
| มีสีทาเล็บให้เลือกเจตสีจำนวนมาก | ผลิตภัณฑ์ | 2.88 (ปานกลาง) | 4.20 (มาก) |
| สีทาเล็บมีคุณภาพ เจดสีไม่ผิตเพี้ยน หรือหลุดลอกง่าย | ผลิตภัณฑ์ | 2.72 (ปานกลาง) | 4.14 (มาก) |
| มีอุปกรณ์ในการต่อหรือตกแต่งเล็บ ให้เลือกจำนวนมาก | ผลิตภัณฑ์ | 3.00 (ปานกลาง) | 3.80 (มาก) |
| ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการต่อเล็บหรือ ตกแต่งเล็บมีคุณภาพ | ผลิตภัณฑ์ | 2.92 (ปานกลาง) | 3.97 (มาก) |
| มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือก หลากหลาย | ผลิตภัณฑ์ | 2.80 (ปานกลาง) | 4.06 (มาก) |
| ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์และบริการ | ราคา | 4.28 (มากที่สุด) | 4.10 (มาก) |
| ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ สามารถ มองเห็นได้ชัดเจน | สถานที่ ให้บริการ | 3.32 (ปานกลาง) | 3.64 (มาก) |
| สถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่ง การค้า | สถานที่ ให้บริการ | 3.00 (ปานกลาง) | 3.51 (มาก) |
| การโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ ดึงดูดให้ใช้บริการ | การส่งเสริม การตลาด | 3.36 (ปานกลาง) | 3.58 (มาก) |

ตารางที่ 39 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ปัจจัยย่อย | ปัจจัยหลัก | มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ | |
|---|------------------------|--|----------------------|
| | | ชาย | หญิง |
| | | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
| มีการออกบูชเพื่อแนะนำร้าน หรือให้ส่วนลดพิเศษ | การส่งเสริม การตลาด | 2.56 (น้อย) | 3.29 (ปานกลาง) |
| เป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ | การส่งเสริม การตลาด | 2.28 (น้อย) | 2.76 (ปานกลาง) |
| มีการแจ้งข่าวสารของการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง | การส่งเสริม การตลาด | 2.60 (น้อย) | 2.96 (ปานกลาง) |
| ช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจนเหมาะสม | กระบวนการ ให้บริการ | 3.40 (ปานกลาง) | 3.81 (มาก) |

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.15) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ การทำสปามือและเท้ามีกลิ่นสปาให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีบริการให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยคือ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) และสีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการต่อเล็บหรือตกแต่งเล็บมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีอุปกรณ์การต่อหรือตกแต่งเล็บให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีบริการให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มียี่ห้อผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการ

หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และการทำสปามือและเท้ามีกลิ่นสปาให้เลือกจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมาก ได้แก่ มีกลิ่นสปามือและเท้าให้เลือกจำนวนมาก และมีบริการให้เลือกหลากหลาย ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกข้อมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) โดยที่ปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีระดับราคาแตกต่างกันเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีระดับราคาแตกต่างกันเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมากที่สุด แต่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.38) ซึ่งปัจจัย

ย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้ที่พักรักษาหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.12) สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) และสถานที่ตั้งที่มีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.56) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ สถานที่ตั้งที่มีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด (ค่าเฉลี่ย 3.80) ป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.64) สถานที่ตั้งใกล้ที่พักรักษาหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านป้ายมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน และปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้แหล่งการค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.18) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีการซื้อเป็นแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูกลง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

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

ปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ ดึงดูดให้ใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยย่อยด้านการออกบูธเพื่อแนะนำร้าน หรือให้ส่วนลดพิเศษ เป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ และมีการแจ้งข่าวสารของการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับน้อย แต่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.85) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพลเราะ (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) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ช่างทำเล็บมีฝีมือดี ประณีต และชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพลเราะ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีช่างทำเล็บให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ช่างทำเล็บมีใบรับรองความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ อูณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่

ให้บริการมีการตกแต่งสวยงาม มีเก้าอี้สำหรับผู้รับบริการหรือผู้ติดตามเพียงพอ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76) ตามลำดับ

พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีผลในระดับมากที่สุด

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

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96) ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การต้อนรับลูกค้าเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.20) กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีการจัดลำดับการรอรับบริการอย่างเป็นระบบ และกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04) ตามลำดับ

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

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บ และข้อเสนอแนะ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 83.92 สี่ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุดคือ คนรู้จัก คิดเป็น

ร้อยละ 40.66 ร้านเสริมความงามเล็บในอุดมคติ คือ มีราคาเหมาะสมกับสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 27.32

สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุดคือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 40.66 รองลงมาได้แก่ เจ้าของร้านหรือพนักงานประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 20.51 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะโดยเรียงลำดับจำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ ควรรักษาความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ (จำนวน 6 คน) ราคาควรเหมาะสมไม่แพงเกินไป (จำนวน 4 คน) และร้านควรมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม (จำนวน 3 คน)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปทิศทางเดียวกับการศึกษาของสุนทร เวชวิทยาลัง (2546) ที่ศึกษาความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการร้านเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรีทั้งหมด 7 สาขา ซึ่งสุนทร เวชวิทยาลัง พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่างทำเล็บฝีมือดี มีความประณีต และชำนาญ ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ และช่างทำเล็บบริการรวดเร็วและรักษาเวลา ตามลำดับ ซึ่งไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของดาร์รัตน์ สุพรรณบรรจง (2546) ที่ศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเสริมสวยของผู้บริโภคสตรี ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยดาร์รัตน์ สุพรรณบรรจง พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นเดียวกัน แต่ดาร์รัตน์ สุพรรณบรรจง พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านกรดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ปัจจัยด้านความสามารถในการให้รายละเอียดกับลูกค้า และปัจจัยด้าน

บุคคลิกภาพของพนักงาน ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการที่ศึกษามีความแตกต่างกันระหว่างร้านเสริมความงามเล็บกับร้านเสริมสวยของสุภาพสตรี ซึ่งร้านเสริมความงามเล็บเน้นความสามารถของช่างทำเล็บ เพราะการทำเล็บให้ออกมาสวยงามนั้นขึ้นอยู่กับทักษะของช่างทำเล็บเป็นปัจจัยหลัก แต่ร้านเสริมสวยของสุภาพสตรีเน้นการบริการ การเอาใจใส่ลูกค้า

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเองและอำนวยความสะดวก กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว และกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของดาร์วิน สุพรรณบรรจง (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นเดียวกัน แต่ดาร์วิน สุพรรณบรรจง พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ปัจจัยด้านรอรับบริการไม่นาน ปัจจัยด้านอุปกรณ์ที่ให้บริการทันสมัย และปัจจัยด้านการประสานงานระหว่างช่าง ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการที่ศึกษามีความแตกต่างกันระหว่างร้านเสริมความงามเล็บกับร้านเสริมสวยของสุภาพสตรี แต่อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเหมือนกัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาด อุณหภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของดาร์วิน สุพรรณบรรจง (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นเดียวกัน และดาร์วิน สุพรรณบรรจง พบว่าปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด ความเรียบร้อย อากาศถ่ายเท ความปลอดภัยของอุปกรณ์ และสถานที่นั่งพักหรือนั่งรอรับบริการ ตามลำดับ โดยเฉพาะปัจจัยด้านความสะอาดของสถานที่ให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากเป็นอันดับแรกเหมือนกัน

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นๆ ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของดาร์ธัน สุพรรณบรรจง (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นเดียวกัน และดาร์ธัน สุพรรณบรรจง พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรกได้แก่ ราคาค่าบริการใกล้เคียงกับที่อื่น และราคาค่าบริการต่ำกว่าที่อื่นๆ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกจำนวนมาก สีทาเล็บมีคุณภาพ และมีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ การศึกษาของสุนทรี เวชวิทย์ขลัง (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเช่นเดียวกัน แต่สุนทรี เวชวิทย์ขลัง พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความปลอดภัยจากการใช้สินค้า คุณภาพของการให้บริการ และคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการที่ศึกษามีความแตกต่างกันระหว่างร้านเสริมความงามเล็บกับร้านเสริมสวยของสุภาพสตรี ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้นั้นมีความแตกต่าง

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งจอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด และสถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของดาร์ธัน สุพรรณบรรจง (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมากเช่นเดียวกัน และปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน การจราจรไม่ติดขัด และสถานที่จอดรถสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) สามารถให้ความช่วยเหลือและทราบถึงความต้องการของลูกค้า มีโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ และมีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ตามลำดับ ซึ่งไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของดาร์ธัน สุพรรณบรรจง (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และดาร์ธัน สุพรรณบรรจง พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ได้แก่ ช่างเข้าใจและรู้จักลูกค้า ช่างให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย และการทราบจากคนรู้จักว่าร้านเสริมสวยนั้นมีช่างฝีมือดี ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการที่ศึกษามีความแตกต่างกันระหว่างร้านเสริมความงามเล็บกับร้านเสริมสวยของสุภาพสตรีแต่อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจัยย่อยด้านช่าง สามารถให้ความช่วยเหลือและทราบถึงความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน

5.3 ข้อค้นพบ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ ตัดแต่งเล็บมือ สปามือ และสปาเท้า ตามลำดับโดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรกได้แก่ การทำสปามือและเท้ามีกลิ่นสปาให้เลือกจำนวนมาก มีบริการให้เลือกหลากหลาย และมียี่ห้อผลิตภัณฑ์ให้เลือกใช้บริการหลากหลาย ตามลำดับ เนื่องจากบริการที่เพศชายส่วนใหญ่ใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บได้แก่ สปามือ สปาเท้า ตัดแต่งเล็บมือ และตัดแต่งเล็บเท้า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ ทำสีเล็บมือ ตัดแต่งเล็บมือ และพ่นท์ลวดลายเล็บมือ ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียงตามลำดับ 3 อันดับแรกได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก สีทาเล็บมีคุณภาพ เจดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย และมีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ เนื่องจากบริการที่เพศหญิงส่วนใหญ่เลือกใช้มีความหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมชำระค่าเงินด้วยเงินสด รองลงมาได้แก่ บัตรเครดิต และบัตรสมาชิกร้านหรือคูปอง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับมากที่สุด แต่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บไม่แน่นอน คือไม่สามารถระบุวันได้ แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่ระบุวันใช้บริการและวันที่ใช้บริการมากที่สุดเรียงตามลำดับจำนวน ได้แก่ วันอาทิตย์ เสาร์ และศุกร์ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น.

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงในระดับมากที่สุดและเป็นปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยย่อยอื่นๆ

ปัจจัยย่อยด้านป้ายร้านมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน และสถานที่ตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้ามีผลต่อการตัดสินใจต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลางแต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุดคือ คนรู้จัก รองลงมาคือเจ้าของร้านหรือพนักงานประจำร้าน

ปัจจัยด้านการโฆษณาร้านมีความน่าสนใจ ดึงดูดให้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านการออกบูธเพื่อแนะนำร้าน หรือให้ส่วนลดพิเศษ เป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ และมีการแจ้งข่าวสารของการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับน้อย แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ให้บริการและอุปกรณ์ที่ใช้มีความสะอาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงในระดับมากที่สุดและเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อเทียบกับปัจจัยย่อยอื่นๆ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลา 31 นาที – 1 ชั่วโมงมากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง

เครื่องมือส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจนเหมาะสมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก ทั้งนี้เพราะบริการของเพศหญิงมีความหลากหลาย และบริการของแต่ละร้านเสริมความงามเล็บก็มีขั้นตอนที่แตกต่างกัน เช่น การทาสีเล็บ บางร้านมีขั้นตอนการทาสีป้องกันผิวเล็บก่อนทาสี บางร้านไม่มีขั้นตอนดังกล่าว เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสามารถสรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญและน่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้ประกอบการร้านเสริมความงามเล็บในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด โดยเรียงลำดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1. บุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่างทำเล็บฝีมือดี ประณีต และชำนาญ ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดี สะอาด พุดจาไพเราะ และช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญสำหรับทักษะ ฝีมือ ของช่างทำเล็บ โดยที่เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพนักงานเข้าร้าน ควรคัดเลือกพนักงานจากฝีมือการทำเล็บ มีทักษะการทำเล็บที่ดี ทำเล็บออกมาสวยงาม มีความสามารถในการเพิ่มที่ลวดลายเล็บออกมาสวยงาม สามารถทำการต่อเล็บและตกแต่งเล็บแบบแฟชั่นได้ ควรคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์การทำงาน เพราะช่างทำเล็บที่ผ่านงานทำเล็บมาจะทราบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ชอบการทำเล็บหรือตกแต่งเล็บแบบใด และสามารถพิจารณาคัดเลือกพนักงานจากใบรับรองความสามารถ เพราะสถาบันสอนทำเล็บบางแห่งออกใบรับรองความสามารถให้แก่ผู้ผ่านการอบรม เพื่อยืนยันว่าช่างทำเล็บนั้นมีความสามารถในการทำเล็บได้ดี นอกจากนี้ยังควรมีการจัดอบรมพนักงานในการทำเล็บอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความสามารถในการทำเล็บของพนักงานให้ทันและตอบรับกระแสความต้องการของลูกค้า

ควรคัดเลือกพนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดี มีความสะอาด สุภาพ และพูดจาไพเราะ ตลอดจนมีการอบรมพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานในร้าน นอกจากนี้ควรมีกล่องรับความคิดเห็นของลูกค้าในร้านเพื่อรับความคิดเห็นของลูกค้าในกรณีที่พนักงานบางคนมีพฤติกรรมที่ไม่สุภาพ ผู้ประกอบการจะได้สามารถตักเตือนพนักงานคนนั้นได้

ควรมีช่างทำเล็บอย่างน้อย 1 คนในร้าน ที่ฝีมือ มีประสบการณ์การทำเล็บ ทราบกระแสหรือความนิยมของผู้ทำเล็บส่วนใหญ่ และทราบถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นผู้แนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าต้องการคำแนะนำ

2. กระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ การต้อนรับลูกค้ามีความเป็นกันเองและการอำนวยความสะดวก กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องและรวดเร็ว และกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว ตามลำดับ

ผู้ประกอบการควรมีการบริหารกระบวนการจัดการภายในร้านอย่างมีระบบ ระเบียบ ควรมีขั้นตอนที่ชัดเจน กระชับ เพื่อให้กระบวนการต่างๆมีความรวดเร็ว เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่ลูกค้า การต้อนรับลูกค้าควรมีการอบรมพนักงานให้ต้อนรับลูกค้าด้วยการทักทายที่สุภาพ มีการแนะนำร้านและบริการต่างๆภายในร้าน ตลอดจนให้ความสำคัญสะดวกสบายแก่ลูกค้าในด้านต่างๆ

ควรมีการจัดการทางบัญชีและการชำระเงินอย่างมีระบบระเบียบ ควรกำหนดตำแหน่งพนักงานที่ทำหน้าที่เก็บเงินอย่างชัดเจน เพื่อป้องกันความสับสนและความผิดพลาดในการเก็บค่าใช้จ่าย

บริการ นอกจากนี้ควรมีการแจ้งอัตราค่าบริการให้ลูกค้าก่อนการรับบริการและก่อนการชำระเงิน เนื่องจากอัตราค่าบริการมีความหลากหลายอาจเกิดการสับสนได้

ควรวางแผนกระบวนการให้บริการอย่างมีขั้นตอน รัดกุม และรวดเร็ว ซึ่งจากการศึกษาพบว่าลูกค้าใช้เวลาในการรับบริการเฉลี่ยต่อครั้ง 31 นาที - 1 ชั่วโมงมากที่สุด และการใช้บริการส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนกระบวนการให้บริการให้ใช้เวลาใกล้เคียงกับเวลาดังกล่าว ไม่ควรให้บริการนานเกินไป เนื่องจากการใช้บริการแต่ละครั้งใช้เวลานาน ดังนั้นจึงควรมีเก้าอี้ที่นั่งสบายและเพียงพอให้ลูกค้าในช่วงกำลังใช้บริการ และพนักงานในร้านควรมีจำนวนเพียงพอกับลูกค้าเพราะในการรอรับบริการแต่ละครั้งใช้เวลานานกว่าผู้ให้บริการก่อนหน้าจะให้บริการเสร็จ เป็นต้น

ปัจจัยย่อยด้านช่างทำเล็บอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บได้อย่างชัดเจนเหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการอบรมพนักงานให้เข้าใจขั้นตอนวิธีการทำเล็บให้ถูกต้องแม่นยำ และควรมีกระบวนการอธิบายขั้นตอนวิธีการทำเล็บให้แก่ลูกค้าโดยเฉพาะลูกค้าเพศหญิง

3. ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด อุดมภูมิของสถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้านตามลำดับ

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความสะอาดของร้านและอุปกรณ์ในการตกแต่งเล็บ โดยการทำความสะอาดร้านทุกวันในช่วงเวลาก่อนเปิดให้บริการ ควรทำความสะอาดซักผ้ากันเปื้อน ผ้าเช็ดมือ และผ้าเช็ดเท้าที่ใช้แล้วทุกครั้งก่อนนำกลับมาใช้ใหม่ และควรให้ความสำคัญสำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการตัดแต่งเล็บเป็นพิเศษ เพราะอุปกรณ์ดังกล่าวอาจทำให้เกิดโรคติดต่อได้ ดังนั้นควรมีการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออุปกรณ์ทุกครั้งหลังการใช้งาน ด้วยวิธีการต้มด้วยน้ำร้อน การแช่น้ำยาฆ่าเชื้อโรค หรืออบด้วยความร้อน

ควรมีการควบคุมอุณหภูมิภายในร้านไม่ให้ร้อนหรือเย็นจนเกินไป โดยมีเครื่องปรับอากาศหรือพัดลมภายในร้าน นอกจากนี้การออกแบบร้านควรคำนึงถึงระบบถ่ายเท

อากาศด้วย เช่น ควรมีหน้าต่างเพียงพอเพื่อให้อากาศหมุนเวียน หรือมีพัดลมดูดอากาศในกรณีใช้เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือ โทรทัศน์ วิทยุ หรือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพราะการเข้ารับบริการแต่ละครั้งใช้เวลานาน และควรมีการจัดเก้าอี้สำหรับ ผู้รับบริการและผู้รอรับบริการอย่างเพียงพอ

4. ราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ มีป้ายแสดงราคาของบริการอย่างชัดเจน และราคาถูกลงกว่าเดิมเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ ตามลำดับ

บริการในร้านเสริมความงามเล็บนั้นมีหลากหลาย ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาค่าบริการให้หลากหลายตามประเภทบริการ ราคาควรเหมาะสมกับคุณภาพ การกำหนดราคาไม่ควรสูงเกินไป และควรมีการสำรวจราคาเพื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ ในการตั้งราคาค่าบริการต่างๆ ควรพิจารณาราคาดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการทำสีเล็บเฉลี่ยต่อครั้งควรน้อยกว่า 300 บาท และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าทำสีเล็บเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 100 บาท มากที่สุด
2. ค่าใช้จ่ายในการพ่นที่สวดลายเล็บโดยเฉลี่ยต่อครั้งควรน้อยกว่า 300 บาท และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าพ่นที่สีเล็บเฉลี่ยต่อครั้ง 101 – 200 บาท มากที่สุด
3. ค่าใช้จ่ายในการทำสปามือและเท้าเฉลี่ยต่อครั้งควรน้อยกว่า 600 บาท และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าทำสปามือและเท้าเฉลี่ยต่อครั้ง 301 – 600 บาท มากที่สุด
4. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อเล็บเฉลี่ยต่อครั้งควรน้อยกว่า 1,000 บาท และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจ่ายค่าต่อเล็บเฉลี่ยต่อครั้ง น้อยกว่า 500 บาทมากที่สุด

ควรมีป้ายราคาบอกอย่างชัดเจน จำแนกค่าบริการแยกตามประเภทของบริการแต่ละอย่าง โดยลักษณะของป้ายราคาควรมีขนาดใหญ่ สังกะสีได้ง่าย อาจติดป้ายแสดงราคาบริเวณหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้พิจารณาราคาก่อนเข้ามาใช้บริการในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมชำระเงินด้วยเงินสด แต่มีบางส่วนชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดหาอุปกรณ์ที่สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้

5. ผลិតกัณท์

ปัจจัยด้านผลิตกัณท์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก สีทาเล็บมีคุณภาพ เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย และมีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการควรจัดหาสีทาเล็บให้ลูกค้าเลือกเฉดสีจำนวนมาก เช่น เฉดสีหนึ่งควรมีระดับความเข้มของสีแบบต่างๆ ให้เลือก เนื้อสีทาเล็บก็มีหลากหลายแบบ เช่น เนื้อสีแบบเง แบบด้าน แบบมีประกายเพชร เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการจัดหาสีทาเล็บหลากหลายยี่ห้อผลิตกัณท์ ไม่ผูกติดกับยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง เพราะสีทาเล็บของแต่ละยี่ห้อมีความแตกต่างกัน ทั้งเฉดสี และเนื้อสี

ควรเลือกสีทาเล็บที่มีคุณภาพมาใช้งาน เฉดสีไม่ผิดเพี้ยนหรือหลุดลอกง่าย โดยเลือกใช้ผลิตกัณท์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด คัดเลือกผลิตกัณท์จากประสบการณ์การใช้งาน หรือเปรียบเทียบกับร้านอื่นๆ

ควรมีแบบหรือลวดลายทำเล็บให้เลือกหลากหลาย โดยจัดหาแบบทำเล็บจากหนังสือ นิตยสาร หรืออินเทอร์เน็ต และมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่งเล็บหลากหลายแบบ เพื่อเป็นตัวเลือกแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังควรตามกระแสแฟชั่นว่าในช่วงเวลานั้นลูกค้าส่วนใหญ่นิยมตกแต่งเล็บด้วยแบบใด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีการเลือกใช้บริการในร้านเสริมความงามเล็บที่แตกต่างกัน โดยที่

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ใช้บริการตัดแต่งเล็บมือ เล็บเท้า ทำสปา มือ และ สปาเท้า ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการตอบสนองความต้องการลูกค้าเพศชายควรให้ความสำคัญกับบริการที่เกี่ยวกับการตกแต่งเล็บและการทำสปา เช่น มีการให้บริการกลิ่นสปาที่เพศชายชื่นชอบ เป็นต้น
2. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้บริการที่หลากหลาย และปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกจำนวนมาก สีทาเล็บมีคุณภาพ และมีลวดลายหรือแบบเล็บให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพศหญิงซึ่งเป็นลูกค้าส่วนใหญ่ จึงควรจัดหาสีทาเล็บหลากหลายเฉดสี และหลากหลายยี่ห้อผลิตกัณท์ ตลอดจนมีลวดลายหรือแบบทำเล็บให้เลือกจำนวนมาก

6. สถานที่ให้บริการ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้งมีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด และสถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน ตามลำดับ

ผู้ประกอบการควรวางแผนสถานที่ตั้งร้าน โดยคำนึงถึงที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ หากเป็นร้านที่ก่อสร้างขึ้นแยกต่างหากของตัวเองควรมีการออกแบบลานจอดรถ โดยคำนึงถึงจำนวนรถที่สามารถจอดได้ให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่รองรับได้ และหากเป็นร้านที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าหรือพลาซ่า ควรเลือกสถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ และหลีกเลี่ยงสถานที่ที่มีการเก็บเงินค่าจอดรถ

ควรเลือกสถานที่ตั้งร้านในบริเวณที่มีการเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านได้ง่าย โดยไม่เลือกตั้งร้านในพื้นที่ที่มีการจราจรแออัดเกินไป และไม่ควรตั้งร้านในบริเวณที่ห่างไกลที่การคมนาคมสาธารณะเข้าถึงได้ยาก

ควรเลือกสถานที่ตั้งร้านใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงานของลูกค้า โดยควรมีการกำหนดลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน เช่นต้องการเจาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ก็ควรตั้งร้านอยู่ใกล้โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย หรือหากต้องการเจาะกลุ่มคนทำงาน ก็ควรตั้งร้านในบริเวณย่านธุรกิจ เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการในวันที่ไม่แน่นอน โดยไม่สามารถระบุวันใช้บริการได้ชัดเจน แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่สามารถระบุวันใช้บริการได้ และวันที่ใช้บริการมากที่สุดคือ วันอาทิตย์ เสาร์ และศุกร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. ดังนั้นผู้ประกอบการควรเปิดให้ใช้บริการช่วงวันและเวลาดังกล่าว และจัดพนักงานไว้ให้บริการตามความเหมาะสม

ปัจจัยย่อยด้านป้ายมีขนาดใหญ่ เห็นได้ชัดเจน มีผลต่อการตัดสินใจต่อเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อการตัดสินใจต่อเพศหญิงในระดับมาก ดังนั้นการสร้างป้ายร้าน ควรออกแบบเพื่อตอบสนองหรือดึงดูดความสนใจผู้ใช้บริการเพศหญิงเป็นหลัก

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้แหล่งการค้ามีผลต่อการตัดสินใจต่อเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อการตัดสินใจต่อเพศหญิงในระดับมาก ดังนั้นการจัดหาทำเลสถานที่ตั้งควรตั้งอยู่ภายในหรือใกล้แหล่งการค้าที่ขายสินค้าสำหรับเพศหญิงเป็นหลัก

7. การส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า มีโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ และมีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ตามลำดับ

ผู้ประกอบการควรมีการคัดเลือกและอบรมพนักงานให้สามารถให้ความช่วยเหลือ ดูแล และทราบถึงความต้องการของลูกค้า และควรมีการคัดเลือกช่างทำเล็บที่มีความสามารถ มีประสบการณ์ เป็นพนักงานขายหรือเป็นผู้แนะนำบริการต่างๆที่เหมาะสมกับลูกค้าหรือตรงตามความต้องการของลูกค้า

ควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยจัดโปรโมชั่นพิเศษตามเทศกาลหรือวันสำคัญ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย เช่น เทศกาลปีใหม่มีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้เข้าใช้บริการ หรือเทศกาลสงกรานต์มีบริการซ่อมเล็บโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ในกรณีที่เล็บเกิดความเสียหายจากการเล่นน้ำช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น

ควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยมีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น มีการสมัครสมาชิกร้านเพื่อได้รับส่วนลด มีการขายแพ็คเกจเพื่อได้ราคาถูก มีการสะสมยอดการใช้บริการของสมาชิกเพื่อแลกรับของรางวัล เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บประจำ คิดเป็นร้อยละ 44.30 ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่มาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านเสริมความงามเล็บควรมีวิธีการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงลูกค้ามาใช้บริการประจำที่ร้าน

สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุดคือ คนรู้จัก รองลงมาคือ เจ้าของร้านหรือพนักงานประจำร้าน ดังนั้นผู้ประกอบการควรส่งเสริมการตลาดโดยผ่านคนรู้จักของลูกค้า หรือทำการตลาดผ่านทางเครือข่ายสังคม (Social Network) โดยการเผยแพร่สื่อผ่านสังคมออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้พบว่าสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียงตามลำดับมากที่สุด ได้แก่ ป้ายโฆษณา ใบปลิว แผ่นพับ และนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากกว่า 3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.20 ดังนั้นในการส่งเสริมการตลาดควรพิจารณาความถี่ของการใช้บริการด้วย ไม่ควรกำหนดช่วงเวลาการส่งเสริมการตลาดสั้นเกินไป เช่น การออกแพ็คเกจให้ใช้บริการหลายๆครั้งในหนึ่งช่วงเวลา ไม่ควรกำหนดระยะเวลาการใช้บริการต่ำกว่า 3 เดือน เป็นต้น

ปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาชวนมีความน่าสนใจ ดึงดูดให้ใช้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับปานกลาง แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับมาก ดังนั้นในการออกแบบโฆษณาควรมุ่งเน้นการนำเสนอต่อลูกค้าเพศหญิงเป็นหลัก

ปัจจัยย่อยด้านการออกบูธเพื่อแนะนำร้าน หรือให้ส่วนลดพิเศษ เป็นผู้สนับสนุนงานต่างๆ และมีการแจ้งข่าวสารของการบริการให้กับลูกค้าโดยตรง มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายในระดับน้อย แต่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงไม่แนะนำให้ส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีดังกล่าว แต่หากเลือกใช้วิธีส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีข้างต้น ควรมุ่งเน้นลูกค้าเพศหญิงเป็นหลัก

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved