

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี จะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน) ประเภทลูกค้า ระยะเวลาที่ใช้บริการ รูปแบบการรับทราบข้อมูล และการให้บริการเสริมความงามจากร้านอื่น(ตารางที่ 1-10)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ต่อส่วน ประสมการตลาดบริการ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 11-19)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป คือ อายุ และรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

3.1 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านต่างๆ จำแนกตามอายุ(ตารางที่ 20-28)

3.2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)(ตารางที่ 29-37)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะโดยรวมเพื่อการปรับปรุงร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 225 คน เกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) ประเภทลูกค้า ระยะเวลาที่ใช้บริการ รูปแบบการรับทราบข้อมูล การใช้บริการเสริมความงามจากร้านอื่น ซึ่งมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	27	12.0
หญิง	198	88.0
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 88 และเพศชาย ร้อยละ 12

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า	17	7.6
21 - 30	114	50.7
31 - 40	52	23.1
41 - 50	32	14.2
มากกว่า 50	10	4.4
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 50.7 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 23.1 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.2 อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า ร้อยละ 7.6 และอายุมากกว่า 50 ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	21	9.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	49	21.8
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	78	34.7
ลูกจ้างรายวัน	8	3.6
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	19	8.4
นักเรียน/นักศึกษา	48	21.3
ว่างงาน	2	0.9
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ร้อยละ 34.7 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 21.8 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 21.3 ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ ร้อยละ 9.3 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 8.4 ลูกจ้างรายวัน ร้อยละ 3.6 และว่างงาน ร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	32	14.2
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	56	24.9
ปริญญาตรี	127	56.4
ปริญญาโท	10	4.4
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.4 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 24.9 ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 14.2 และระดับปริญญาโท ร้อยละ 4.4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	127	56.4
สมรส	98	43.6
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.4 และสมรสแล้ว ร้อยละ 43.6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
10,000 บาทหรือต่ำกว่า	97	43.1
10,001-20,000 บาท	56	24.9
20,001-30,000 บาท	34	15.1
30,001-40,000 บาท	11	4.9
40,001-50,000 บาท	14	6.2
มากกว่า 50,000 บาท	7	3.1
ไม่ระบุ	6	2.7
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน) 10,000 บาทหรือต่ำกว่า ร้อยละ 43.1 รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 24.9 รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 15.1 รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 6.2

รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 4.9 รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 3.1 และไม่ระบุ ร้อยละ 2.7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามประเภทลูกค้า

ประเภทลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
มาทำเป็นครั้งๆ โดยไม่ได้สมัครคอร์ส	53	23.6
สมัครคอร์สระยะสั้น	41	18.2
สมัครคอร์สระยะยาว	131	58.2
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สมัครคอร์สระยะยาว ร้อยละ 58.2 มาทำเป็นครั้งๆ โดยไม่ได้สมัครคอร์ส ร้อยละ 23.6 และสมัครคอร์สระยะสั้น ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการร้านพลอยสวย

ระยะเวลาที่มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	134	59.6
1 ปี แต่ไม่ถึง 2 ปี	73	32.4
2 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี	11	4.9
3 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี	3	1.3
มากกว่า 4 ปี	4	1.8
รวม	225	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่มาใช้บริการร้านพลอยสวย น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 59.6 ระยะเวลา 1 ปี แต่ไม่ถึง 2 ปี ร้อยละ 32.4 ระยะเวลา 2 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี ร้อยละ 4.9 ระยะเวลา 3 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี ร้อยละ 1.3 และระยะเวลามากกว่า 4 ปี ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามการรู้จักร้านพลอยสวยจากสื่อต่างๆ

ชนิดของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	42	18.7
นิตยสาร	34	15.1
วิทยุ	-	-
มีคนแนะนำ	130	57.8
ใบปลิว/แผ่นพับ	31	13.8
อื่นๆ	21	9.3

จากตารางที่ 9 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 225 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักร้านพลอยสวยจากมีคนแนะนำ ร้อยละ 57.8 ดูโทรทัศน์ ร้อยละ 18.7 อ่านนิตยสาร ร้อยละ 15.1 ได้รับใบปลิว/แผ่นพับ ร้อยละ 13.8 และอื่นๆ ได้แก่ เดินผ่านหน้าร้านจึงแวะเข้ามาสอบถาม ได้รับทราบข้อมูลจากเจ้าของร้าน ร้อยละ 9.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของ จำแนกตามการเคยใช้บริการเสริมความงามจากร้านอื่นๆ

ร้านเสริมความงามอื่นๆ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยใช้บริการจากที่อื่น	185	82.2
สโรรักษ์	17	7.6
ดร.สาโรจน์	12	5.3
แพนคอสมेटิก	7	3.1
สมุนไพรวัดภูภิรมย์	4	1.8
หมอมจุพามาศ	3	1.3
เสน่ห์สาว	2	0.9
คลินิกบุญลดา	1	0.4
ร้านนวดหน้าอื่นๆ	1	0.4

จากตารางที่ 10 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 225 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการจากที่อื่น ร้อยละ 82.2 เคยใช้บริการจากร้านสโรรักษ์ ร้อยละ 7.6 ร้านคร.สาโรจน์ ร้อยละ 5.3 ร้านแพนคอสมติค ร้อยละ 3.1 ร้านสมุนไพรขวัญภิรมย์ ร้อยละ 1.8 ร้านหมอบุญมาศ ร้อยละ 1.3 ร้านเสน่ห์สาว ร้อยละ 0.9 คลินิกบุญลดา ร้อยละ 0.4 และร้านนวดหน้าอื่น ๆ ร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

2.1 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ต่อแต่ละส่วนประสมการตลาดบริการ (ตารางที่ 11-18)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า	26 (11.6 %)	137 (60.8 %)	58 (25.8 %)	2 (0.9 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.81	มาก
ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า	24 (10.8 %)	79 (35.6 %)	98 (44.1 %)	17 (7.7 %)	4 (1.8 %)	222 (100 %)	3.46	ปานกลาง
ความปลอดภัยจากการใช้บริการ	24 (10.8 %)	121 (54.5 %)	71 (32.0 %)	6 (2.7 %)	-	222 (100 %)	3.73	มาก
ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	12 (5.4 %)	104 (46.6 %)	97 (43.5 %)	10 (4.5 %)	-	223 (100 %)	3.53	มาก
การปรับปรุงบริการใหม่ๆ มาเสนอลูกค้า	14 (6.3 %)	57 (25.8 %)	112 (50.7 %)	34 (15.4 %)	4 (1.8 %)	221 (100 %)	3.19	ปานกลาง
รวม							3.54	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความปลอดภัยจากการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) การปรับปรุงบริการใหม่ๆมานำเสนอลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของ สินค้า	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ น้ำลอยสววย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่น บำรุงผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร	21 (9.3 %)	117 (52.0 %)	87 (38.7 %)	-	-	225 (100 %)	3.71	มาก
ความหลากหลายของสินค้าที่นำมา จำหน่าย เช่น สบู่ น้ำลอยสววย ครีม บำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร	24 (10.7 %)	108 (48.0 %)	81 (36.0 %)	12 (5.3 %)	-	225 (100 %)	3.64	มาก
ลักษณะการบรรจุหีบห่อ	28 (12.4 %)	106 (47.1 %)	80 (35.6 %)	7 (3.1 %)	4 (1.8 %)	225 (100 %)	3.65	มาก
อายุการใช้งานของสินค้า	17 (7.6 %)	100 (44.4 %)	100 (44.4 %)	6 (2.7 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.55	มาก
ความปลอดภัยจากการใช้สินค้า	34 (15.1 %)	123 (54.7 %)	65 (28.9 %)	3 (1.3 %)	-	225 (100 %)	3.84	มาก
รวม							3.68	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้าโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้าแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ความปลอดภัยจากการใช้สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ลักษณะการบรรจุหีบห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.64) อายุการใช้งานของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ	8 (3.6 %)	64 (28.4 %)	131 (58.2 %)	20 (8.9 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.25	ปานกลาง
ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ	11 (4.9 %)	85 (37.8 %)	113 (50.2 %)	14 (6.2 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.40	ปานกลาง
อัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ	11 (4.9 %)	65 (28.9 %)	100 (44.4 %)	47 (20.9 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.16	ปานกลาง
ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ	39 (17.3 %)	118 (52.4 %)	61 (27.2 %)	7 (3.1 %)	-	225 (100 %)	3.84	มาก
รวม							3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านราคาแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.25) อัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้าน
การจัดจำหน่ายบริการ

ด้านการจัดจำหน่ายบริการ	ระดับความพึงพอใจ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้เลือกใช้บริการ	45 (20.2 %)	113 (50.7 %)	53 (23.7 %)	10 (4.5 %)	2 (0.9 %)	223 (100 %)	3.85	มาก
ระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่	50 (22.2 %)	139 (61.8 %)	34 (15.1 %)	2 (0.9 %)	-	225 (100 %)	4.05	มาก
ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน	45 (20.0 %)	124 (55.1 %)	56 (24.9 %)	-	-	225 (100 %)	3.95	มาก
จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา	25 (11.1 %)	96 (42.7 %)	94 (41.8 %)	10 (4.4 %)	-	225 (100 %)	3.60	มาก
ความเพียงพอของทีจอตรด	7 (3.2 %)	96 (43.8 %)	102 (46.6 %)	14 (6.4 %)	-	219 (100 %)	3.44	ปานกลาง
รวม							3.78	มาก

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายบริการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านการจัดจำหน่ายบริการแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.95) จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา (ค่าเฉลี่ย 3.60)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความเพียงพอของทีจอตรด (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้าน
การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

ด้านการส่งเสริม การจำหน่ายบริการ	ระดับความพึงพอใจ						ค่า เฉลี่ย	แปล ค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ	4 (1.8 %)	61 (27.4 %)	69 (30.9 %)	51 (22.9 %)	38 (17.0 %)	223 (100 %)	2.74	ปาน กลาง
แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มี ร้านเปิดบริการอยู่และตามแหล่ง ชุมชน	-	45 (20.0 %)	108 (48.0 %)	35 (15.6 %)	37 (16.4 %)	225 (100 %)	2.72	ปาน กลาง
เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่ มีแจกภายในร้าน	9 (4.0 %)	69 (30.9 %)	105 (47.1 %)	20 (9.0 %)	20 (9.0 %)	223 (100 %)	3.12	ปาน กลาง
การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงาน ประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติ สิริกิติ์	2 (1.0 %)	61 (30.0 %)	74 (36.5 %)	24 (11.8 %)	42 (20.7 %)	203 (100 %)	2.79	ปาน กลาง
การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหา ลูกค้าใหม่ที่สาขา	6 (3.1 %)	50 (25.6 %)	69 (35.4 %)	24 (12.3 %)	46 (23.6 %)	195 (100 %)	2.72	ปาน กลาง
การจัด Grand Opening (เชิญคารามา ร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์)	18 (9.1 %)	62 (31.5 %)	65 (33.0 %)	15 (7.6 %)	37 (18.8 %)	197 (100 %)	3.05	ปาน กลาง
การร่วมเป็น Sponsor จัดประกวด นางสาวไทย	18 (9.0 %)	70 (35.2 %)	73 (36.7 %)	6 (3.0 %)	32 (16.1 %)	199 (100 %)	3.18	ปาน กลาง
ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้าน เลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่อง ผู้หญิง รายการ At Home	9 (4.5 %)	98 (49.2 %)	54 (27.1 %)	8 (4.0 %)	30 (15.2 %)	199 (100 %)	3.24	ปาน กลาง
แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบ ตามวงเงินที่กำหนด	22 (10.9 %)	67 (33.2 %)	59 (29.2 %)	18 (8.9 %)	36 (17.8 %)	202 (100 %)	3.10	ปาน กลาง
การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปี ละครั้ง	59 (26.5 %)	85 (38.0 %)	51 (22.9 %)	14 (6.3 %)	14 (6.3 %)	223 (100 %)	3.72	มาก
ลูกค้าที่ใช้บริการครบตลอดชีพ สามารถซื้อสินค้าลด 10 %	37 (16.6 %)	72 (32.3 %)	74 (33.2 %)	34 (15.2 %)	6 (2.7 %)	223 (100 %)	3.45	ปาน กลาง
การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือ พิมพ์	2 (1.0 %)	60 (30.2 %)	91 (45.6 %)	22 (11.1 %)	24 (12.1 %)	199 (100 %)	2.97	ปาน กลาง
นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้น มาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ใน แต่ละสาขา	10 (4.6 %)	81 (37.0 %)	102 (46.6 %)	20 (9.1 %)	6 (2.7 %)	219 (100 %)	3.32	ปาน กลาง
รวม							3.09	ปาน กลาง

จากตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.72)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % (ค่าเฉลี่ย 3.45) นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา (ค่าเฉลี่ย 3.32) ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่อง เรื่องผู้หญิง รายการ At Home (ค่าเฉลี่ย 3.24) การร่วมเป็น Sponsor จัดประกวดนางสาวไทย (ค่าเฉลี่ย 3.18) เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.12) แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.10) การจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.05) การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.97) การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (ค่าเฉลี่ย 2.79) การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.74) แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่และตามแหล่งชุมชนรวมทั้งการจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา (ค่าเฉลี่ย 2.72)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	34 (15.2 %)	148 (66.4 %)	41 (18.4 %)	-	-	223 (100 %)	3.97	มาก
ความชำนาญหรือความสามารถของพนักงานในการให้บริการเสริมความงาม	37 (16.4 %)	137 (60.9 %)	51 (22.7 %)	-	-	225 (100 %)	3.94	มาก
ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน	86 (38.2 %)	120 (53.3 %)	19 (8.5 %)	-	-	225 (100 %)	4.30	มาก
ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการที่ได้รับ	38 (16.9 %)	140 (62.2 %)	47 (20.9 %)	-	-	225 (100 %)	3.96	มาก
ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ	32 (14.2 %)	139 (61.8 %)	54 (24.0 %)	-	-	225 (100 %)	3.90	มาก
ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ	27 (12.0 %)	139 (61.8 %)	59 (26.2 %)	-	-	225 (100 %)	3.86	มาก
ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองความต้องการลูกค้า	32 (14.2 %)	144 (64.0 %)	49 (21.8 %)	-	-	225 (100 %)	3.92	มาก
การเตรียมพร้อมในการให้บริการของพนักงาน	39 (17.3 %)	146 (64.9 %)	40 (17.8 %)	-	-	225 (100 %)	4.00	มาก
รวม							3.98	มาก

จากตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านบุคคลโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.98) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านบุคคลแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) การเตรียมพร้อมในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความชำนาญหรือความสามารถของพนักงานในการให้บริการเสริมความงาม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองความต้องการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.90) ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้าน
หลักฐานทางกายภาพ

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ							แปล ค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	
ความกว้างขวางของร้าน	57 (25.3 %)	86 (38.2 %)	70 (31.1 %)	12 (5.4 %)	-	225 (100 %)	3.84	มาก
ความสว่างของร้าน	69 (30.7 %)	91 (40.4 %)	59 (26.2 %)	6 (2.7 %)	-	225 (100 %)	3.99	มาก
อุณหภูมิภายในร้าน	70 (31.1 %)	95 (42.2 %)	60 (26.7 %)	-	-	225 (100 %)	4.04	มาก
ความสะอาดของร้าน	84 (37.3 %)	105 (46.7 %)	36 (16.0 %)	-	-	225 (100 %)	4.21	มาก
ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน	71 (31.5 %)	105 (46.7 %)	43 (19.1 %)	6 (2.7 %)	-	225 (100 %)	4.07	มาก
ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน	38 (16.9 %)	93 (41.3 %)	83 (36.9 %)	11 (4.9 %)	-	225 (100 %)	3.70	มาก
การไม่มีเสียงรบกวน	63 (28.0 %)	99 (44.0 %)	55 (24.4 %)	8 (3.6 %)	-	225 (100 %)	3.96	มาก
ที่พักสำหรับผู้มารับบริการ	51 (22.7 %)	109 (48.4 %)	53 (23.6 %)	10 (4.4 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.88	มาก
ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	43 (19.1 %)	77 (34.2 %)	62 (27.6 %)	13 (5.8 %)	30 (13.3 %)	225 (100 %)	3.40	ปาน กลาง
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์	44 (19.6 %)	82 (36.4 %)	57 (25.3 %)	16 (7.1 %)	26 (11.6 %)	225 (100 %)	3.45	ปาน กลาง
รวม							3.85	มาก

จากตารางที่ 17 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านหลักฐานทางกายภาพโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.85) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านหลักฐานทางกายภาพแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ความสะอาดของร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21) ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.07) อุณหภูมิภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความสว่างของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.99) การไม่มีเสียงรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ที่พักรสำหรับผู้มารับ

บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความกว้างขวางของร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
กระบวนการเข้าคิว	50 (22.2 %)	111 (49.3 %)	58 (25.8 %)	4 (1.8 %)	2 (0.9 %)	225 (100 %)	3.90	มาก
กระบวนการให้บริการก่อนการขาย	52 (23.1 %)	121 (53.8 %)	48 (21.3 %)	4 (1.8 %)	-	225 (100 %)	3.98	มาก
กระบวนการให้บริการหลังการขาย	59 (26.2 %)	118 (52.4 %)	46 (20.5 %)	2 (0.9 %)	-	225 (100 %)	4.04	มาก
กระบวนการชำระเงิน	52 (23.1 %)	122 (54.2 %)	51 (22.7 %)	-	-	225 (100 %)	4.00	มาก
กระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	46 (20.4 %)	119 (52.9 %)	56 (24.9 %)	4 (1.8 %)	-	225 (100 %)	3.92	มาก
รวม							3.97	มาก

จากตารางที่ 18 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านกระบวนการโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านกระบวนการแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ กระบวนการให้บริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) กระบวนการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.00) กระบวนการให้บริการก่อนการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) กระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) กระบวนการเข้าคิว (ค่าเฉลี่ย 3.90)

2.2 สรุปข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ต่อส่วนประสมการตลาด บริการ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้
ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลค่า
ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ	3.54	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า	3.68	มาก
ด้านราคา	3.41	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่ายบริการ	3.78	มาก
ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ	3.09	ปานกลาง
ด้านบุคคล	3.98	มาก
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.85	มาก
ด้านกระบวนการ	3.97	มาก
รวม	3.66	มาก

จากตารางที่ 19 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวม
ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้านต่างๆแล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย
3.98) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ด้านการจัด
จำหน่ายบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และด้านผลิตภัณฑ์
ในส่วนของการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ด้านราคา
(ค่าเฉลี่ย 3.41) และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป คือ อายุ และรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

3.1 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านต่างๆจำแนกตามอายุ (ตารางที่ 20-28)

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ	อายุ					รวม
	20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทรีทเม้นท์ มาร์คหน้า	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	3.52 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทรีทเม้นท์ การมาร์คหน้า	3.59 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ความปลอดภัยจากการใช้บริการ	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)
ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า	3.18 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
รวม	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ จำแนกตามอายุโดยรวมแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นช่วงอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการทุกข้อในระดับมาก ยกเว้นการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ความปลอดภัยจากการใช้บริการ และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า และการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ความปลอดภัยจากการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า การปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า และความปลอดภัยจากการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า และการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
ผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า	อายุ					รวม
	20 ปีหรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่น้ำพลอยสวย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริม จากสมุนไพร	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.20 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้าที่นำมา จำหน่าย เช่น สบู่น้ำพลอยสวย ครีมบำรุง ผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุง ผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	3.64 (มาก)
ลักษณะการบรรจุหีบห่อ	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.59 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)
อายุการใช้งานของสินค้า	3.76 (มาก)	3.55 (มาก)	3.46 (ปาน กลาง)	3.69 (มาก)	3.20 (ปาน กลาง)	3.55 (มาก)
ความปลอดภัยจากการใช้สินค้า	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)
รวม	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.68 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า จำแนกตามอายุโดยรวมแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า อายุ 21-30 ปี และ อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของคุณค่าทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของคุณค่า ในระดับมาก ได้แก่ ลักษณะการบรรจุหีบห่อ และความปลอดภัยจากการใช้สินค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ น้ำพลอยสววย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ น้ำพลอยสววย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร และอายุการใช้งานของสินค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของคุณค่าในระดับมาก ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ น้ำพลอยสววย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร และความปลอดภัยจากการใช้สินค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ น้ำพลอยสววย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริมจากสมุนไพร ลักษณะการบรรจุหีบห่อ และอายุการใช้งานของสินค้า

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ					รวม
	20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ	3.06 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ	3.29 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ	2.71 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ	3.59 (มาก)	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)
รวม	3.16 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ด้านราคา จำแนกตามอายุโดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21- 30 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านการจัดจำหน่ายบริการ จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่ายบริการ	อายุ					รวม
	20ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า
จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้เลือกใช้บริการ	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	4.20 (มาก)	3.85 (มาก)
ระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่	4.29 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)	4.05 (มาก)
ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน	4.41 (มาก)	3.76 (มาก)	3.92 (มาก)	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)	3.95 (มาก)
จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา	3.94 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.60 (มาก)
ความเพียงพอของที่จอดรถ	3.53 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
รวม	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	3.78 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ จำแนกตามอายุโดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า และอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านการจัดจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านการจัดจำหน่ายบริการในระดับมาก ได้แก่ จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้เลือกใช้บริการ ระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่ และความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา ความเพียงพอของที่จอดรถ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านการจัดจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับมาก ยกเว้นความเพียงพอของที่จอดรถ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

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'. Above the elephant, there is a sunburst or flame-like symbol. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written in a circular path around the inner part of the emblem.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ	อายุ					รวม
	20 ปีหรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ	2.24 (น้อย)	2.86 (ปาน กลาง)	2.60 (ปาน กลาง)	2.93 (ปาน กลาง)	2.40 (น้อย)	2.74 (ปาน กลาง)
แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้าน เปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน	2.82 (ปาน กลาง)	2.77 (ปาน กลาง)	2.48 (น้อย)	2.81 (ปาน กลาง)	2.80 (ปาน กลาง)	2.72 (ปาน กลาง)
เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจก ภายในร้าน	3.18 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	2.98 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.12 (ปาน กลาง)
การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงาน ประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	2.24 (น้อย)	3.03 (ปาน กลาง)	2.46 (น้อย)	2.77 (ปาน กลาง)	2.75 (ปาน กลาง)	2.79 (ปาน กลาง)
การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้า ใหม่ที่สาขา	2.35 (น้อย)	2.94 (ปาน กลาง)	2.32 (น้อย)	2.72 (ปาน กลาง)	2.75 (ปาน กลาง)	2.72 (ปาน กลาง)
การจัด Grand Opening เชิญดาราร่วม งานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์	2.59 (ปาน กลาง)	3.35 (ปาน กลาง)	2.65 (ปาน กลาง)	2.89 (ปาน กลาง)	2.50 (ปาน กลาง)	3.05 (ปาน กลาง)
การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนาง สาวไทย	2.41 (น้อย)	3.45 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)
ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home	2.47 (น้อย)	3.47 (ปาน กลาง)	3.02 (ปาน กลาง)	3.10 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	3.24 (ปาน กลาง)
แจกของขวัญเมื่อซื้อสินค้าครบตามวง เงินที่กำหนด	2.35 (น้อย)	3.39 (ปาน กลาง)	2.75 (ปาน กลาง)	2.89 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.10 (ปาน กลาง)

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ	อายุ					รวม
	20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
การจัดกิจกรรมThank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)	4.40 (มาก)	3.72 (มาก)
ลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 %	3.59 (มาก)	3.64 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์	2.47 (น้อย)	3.17 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา	2.65 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.75 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
รวม	2.70 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ จำแนกตามอายุโดยรวมแล้วพบว่าทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการในระดับมาก ได้แก่ การจัดกิจกรรมThank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง และลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน การจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ และนำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น

ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด และการให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้น การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง และลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % มีความพึงพอใจในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ในระดับมาก ได้แก่ การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน การจัด Grand Opening เชิญดาราร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด ลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ และนำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่และตามแหล่งชุมชน การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และการจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้น การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง และนำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้น การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับมาก และ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
บุคคล จำแนกตามอายุ

ด้านบุคคล	อายุ					รวม
	20 ปีหรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.76 (มาก)	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	4.13 (มาก)	4.20 (มาก)	3.97 (มาก)
ความชำนาญหรือความสามารถของพนักงานในการให้บริการเสริมความงาม	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.44 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการที่ได้รับ	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)
ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)
ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองความต้องการลูกค้า	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	4.20 (มาก)	3.92 (มาก)
การเตรียมพร้อมในการให้บริการของพนักงาน	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
รวม	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

All rights reserved

จากตารางที่ 25 พบว่า ด้านบุคคล จำแนกตามอายุโดยรวมแล้ว พบว่าทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านบุคคลทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น อายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความมีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงานในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	อายุ					รวม
	20 ปีหรือต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/แปลค่า	
ความกว้างขวางของร้าน	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	4.44 (มาก)	4.20 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสว่างของร้าน	4.12 (มาก)	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)	4.44 (มาก)	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)
อุณหภูมิภายในร้าน	4.18 (มาก)	3.98 (มาก)	4.02 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.41 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)	4.06 (มาก)	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.07 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
การไม่มีเสียงรบกวน	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.73 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	3.96 (มาก)
ที่พักสำหรับผู้มารับบริการ	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)	3.88 (มาก)
ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ	2.88 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์	2.71 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
รวม	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

698.812

๕๔๕๐

๕.๓

จากตารางที่ 26 พบว่า ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุโดยรวมแล้ว พบว่า ทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก ได้แก่ ความกว้างขวางของร้าน ความสว่างของร้าน อุณหภูมิภายในร้าน ความสะอาดของร้าน ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน การไม่มีเสียงรบกวน ที่พักสำหรับผู้มารับบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านหลักฐานทางกายภาพทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดในด้านหลักฐานทางกายภาพในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของร้าน มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความกว้างขวางของร้าน ความสว่างของร้าน อุณหภูมิภายในร้าน ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน การไม่มีเสียงรบกวน และที่พักสำหรับผู้มารับบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
กระบวนการ จำแนกตามอายุ

ด้านกระบวนการ	อายุ					รวม
	20 ปีหรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
กระบวนการเข้าคิว	4.18 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)	4.40 (มาก)	3.90 (มาก)
กระบวนการให้บริการก่อนการขาย	4.29 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	3.98 (มาก)
กระบวนการให้บริการหลังการขาย	4.29 (มาก)	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)	4.04 (มาก)
กระบวนการชำระเงิน	4.18 (มาก)	3.89 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)
กระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	4.20 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.28 (มาก)	3.97 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุโดยรวมแล้ว พบว่าทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่าทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านกระบวนการ ทุกข้อในระดับมาก

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้านพลอยสวย เข้าส์ ออฟ บีวี่
ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ					รวม
	20 ปีหรือ ต่ำกว่า	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.42 (ปาน กลาง)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)
ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.68 (มาก)
ด้านราคา	3.16 (ปาน กลาง)	3.53 (มาก)	3.20 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.30 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)
ด้านการจัดจำหน่ายบริการ	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ	2.70 (ปาน กลาง)	3.24 (ปาน กลาง)	2.85 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)	3.14 (ปาน กลาง)	3.09 (ปาน กลาง)
ด้านบุคคล	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	4.09 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.70 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)
ด้านกระบวนการ	4.20 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.28 (มาก)	3.97 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุโดยรวมแล้ว พบว่าทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านต่างๆ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)(ตารางที่ 29-37)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน ผลិតภัณฑ์ในส่วนของการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วน ของการบริการ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)
ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า	3.37 (ปาน กลาง)	3.70 (มาก)	3.26 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.46 (ปาน กลาง)
ความปลอดภัยจากการใช้บริการ	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.55 (มาก)	4.07 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)
ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้ เข้ากับความต้องการของลูกค้า	3.52 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)	3.59 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.86 (มาก)	4.14 (มาก)	3.53 (มาก)
การปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอ ลูกค้า	3.05 (ปาน กลาง)	3.23 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	2.91 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)	3.18 (ปาน กลาง)
รวม	3.47 (ปาน กลาง)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.26 (ปาน กลาง)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า และรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ความปลอดภัยจากการใช้บริการ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า และการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า และความปลอดภัยจากการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า และการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า และความปลอดภัยจากการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า ความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า และการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น การปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการทุกข้อในระดับมาก

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
ผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ล้างพลอยสวย ครีมบำรุงผิว ครีมทา ฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหาร เสริมจากสมุนไพร	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)	3.86 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้าที่นำมา จำหน่าย เช่น สบู่ล้างพลอยสวย ครีม บำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริมจาก สมุนไพร	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)
ลักษณะการบรรจุหีบห่อ	3.72 (มาก)	3.61 (มาก)	3.82 (มาก)	3.18 (ปาน กลาง)	3.64 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)
อายุการใช้งานของสินค้า	3.58 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)	3.86 (มาก)	3.14 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)
ความปลอดภัยจากการใช้สินค้า	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.36 (ปาน กลาง)	3.86 (มาก)	3.43 (ปาน กลาง)	3.84 (มาก)
รวม	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)	3.38 (ปาน กลาง)	3.80 (มาก)	3.34 (ปาน กลาง)	3.68 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก รายได้ 30,001-40,000 บาทและรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า 20,001-30,000 บาท และ 40,000-50000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วน of สินค้าทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วน of สินค้าทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น อายุการใช้งานของสินค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วน of สินค้าทุกข้อในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านผลิตภัณฑ์ในส่วน of สินค้าทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้น ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เช่น สบู่ น้ำฟลอยสวย ครีมบำรุงผิว ครีมทาฝ้า กระ เจลมาร์ค โลชั่นบำรุงผิว อาหารเสริม จากสมุนไพร มีความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านราคา
จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ	3.21 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ	3.46 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
อัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ	3.23 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)
รวม	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ด้านราคาจำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ยกเว้น รายได้ 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาทมีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ

ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านราคาในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านการจัดจำหน่ายบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านการจัดจำหน่ายบริการ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้เลือกใช้บริการ	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)	4.16 (มาก)	3.82 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)
ระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	4.43 (มาก)	3.71 (มาก)	4.05 (มาก)
ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	4.21 (มาก)	3.82 (มาก)	4.79 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา	3.56 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ความเพียงพอของที่จอดรถ	3.41 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.86 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
รวม	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	4.29 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการจัดจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น ความเพียงพอของที่จอดรถ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการจัดจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการจัด
จำหน่ายบริการทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอ
ใจในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้าน
การจัดจำหน่ายบริการในระดับมาก ได้แก่ จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้
เลือกใช้บริการ ระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่ และความเหมาะสมของ
ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของ
แต่ละสาขา ความเพียงพอของที่จอดรถ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านการส่งเสริม การจำหน่ายบริการ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือค่า กว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ	2.82 (ปาน กลาง)	2.82 (ปาน กลาง)	2.68 (ปาน กลาง)	2.45 (น้อย)	2.50 (ปาน กลาง)	2.71 (ปาน กลาง)	2.76 (ปาน กลาง)
แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้าน เปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน	2.86 (ปาน กลาง)	2.59 (ปาน กลาง)	2.62 (ปาน กลาง)	2.82 (ปาน กลาง)	2.71 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	2.74 (ปาน กลาง)
เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มี แจกภายในร้าน	3.09 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	3.16 (ปาน กลาง)	2.73 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)	3.12 (ปาน กลาง)
การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงาน ประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	2.86 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	2.28 (น้อย)	3.25 (ปาน กลาง)	2.50 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)	2.81 (ปาน กลาง)
การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้า ใหม่ที่สาขา	2.77 (ปาน กลาง)	2.87 (ปาน กลาง)	2.36 (น้อย)	3.25 (ปาน กลาง)	2.50 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	2.75 (ปาน กลาง)
การจัด Grand Opening เชิญดารามา ร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์	3.20 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	2.39 (น้อย)	3.25 (ปาน กลาง)	3.30 (ปาน กลาง)	3.43 (ปาน กลาง)	3.08 (ปาน กลาง)
การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวด นางสาวไทย	3.20 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)	2.68 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)	4.00 (มาก)	3.40 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)
ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลข ที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง ราย การ At Home	3.28 (ปาน กลาง)	3.23 (ปาน กลาง)	2.86 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.28 (ปาน กลาง)
แจกของขวัญเมื่อซื้อสินค้าครบตามวง เงินที่กำหนด	3.08 (ปาน กลาง)	3.20 (ปาน กลาง)	2.54 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.13 (ปาน กลาง)

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริม การจำหน่ายบริการ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
การจัดกิจกรรมThank you sale โดยให้ ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง	3.43 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)	4.36 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพ สามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 %	3.53 (มาก)	3.34 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.27 (ปาน กลาง)	4.33 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.44 (ปาน กลาง)
การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์	3.00 (ปาน กลาง)	3.04 (ปาน กลาง)	2.58 (ปาน กลาง)	3.45 (ปาน กลาง)	3.42 (ปาน กลาง)	2.40 (น้อย)	2.99 (ปาน กลาง)
นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมา ติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละ สาขา	3.28 (ปาน กลาง)	3.26 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.27 (ปาน กลาง)	3.42 (ปาน กลาง)	3.60 (มาก)	3.32 (ปาน กลาง)
รวม	3.11 (ปาน กลาง)	3.12 (ปาน กลาง)	2.83 (ปาน กลาง)	3.27 (ปาน กลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.34 (ปาน กลาง)	3.10 (ปาน กลาง)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน) โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % มีความพึงพอใจในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้น การจัดกิจกรรมThank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง มีความพึงพอใจในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการในระดับมาก ได้แก่ การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด ลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % และ การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา และการจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการทุกข้อในระดับปานกลาง ยกเว้น การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง มีความพึงพอใจในระดับมาก และ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ มีความพึงพอใจในระดับน้อย

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด และลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา การจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ และนำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการในระดับมาก ได้แก่ ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด การจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง และนำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการ

จัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน การออกร้าน เพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหา ลูกค้าใหม่ที่สาขา การจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ การร่วม เป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย และลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพสามารถซื้อสินค้า ภายในร้านลด 10 % มีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
บุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	4.15 (มาก)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)
ความชำนาญหรือความสามารถของพนักงานในการให้บริการเสริมความงาม	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ความมีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน	4.23 (มาก)	4.27 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	3.64 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการที่ได้รับ	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ	3.85 (มาก)	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)
ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองความต้องการลูกค้า	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
การเตรียมพร้อมในการให้บริการของพนักงาน	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
รวม	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	3.57 (มาก)	4.21 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า และ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านบุคคลทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านบุคคลทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น ความมีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านบุคคลในระดับมาก ได้แก่ การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ความชำนาญหรือความสามารถของพนักงานในการให้บริการเสริมความงาม ความมีมนุษยสัมพันธ์ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการที่ได้รับ ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองความต้องการลูกค้า และการเตรียมพร้อมในการให้บริการของพนักงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า กว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
ความกว้างขวางของร้าน	3.68 (มาก)	3.73 (มาก)	4.24 (มาก)	3.91 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)
ความสว่างของร้าน	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	4.29 (มาก)	3.91 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)	4.00 (มาก)
อุณหภูมิภายในร้าน	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)	3.91 (มาก)	4.36 (มาก)	3.57 (มาก)	4.05 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.41 (มาก)	3.91 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)	4.21 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน	3.99 (มาก)	4.05 (มาก)	4.21 (มาก)	3.55 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.94 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
การไม่มีเสียงรบกวน	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	3.55 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)
ที่พักสำหรับผู้มารับบริการ	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และ เครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ	3.38 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.71 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายใน ร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์	3.47 (ปาน กลาง)	3.59 (มาก)	3.15 (ปาน กลาง)	2.73 (ปาน กลาง)	4.14 (มาก)	3.71 (มาก)	3.47 (ปาน กลาง)
รวม	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.56 (มาก)	4.45 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า และ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านหลักฐานทางกายภาพ ทุกข้อในระดับมาก ยกเว้น ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านหลักฐานทางกายภาพ ทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านหลักฐานทางกายภาพในระดับมาก ได้แก่ ความกว้างขวางของร้าน ความสว่างของร้าน อุณหภูมิภายในร้าน ความสะอาดของร้าน ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน การไม่มีเสียงรบกวน และที่พักรักษาตัวมารอรับบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านหลักฐานทางกายภาพในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกว้างขวางของร้าน ความสว่างของร้าน ความสะอาดของร้าน ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน การไม่มีเสียงรบกวน มีความพึงพอใจในระดับปาน

กลาง ได้แก่ อุณหภูมิภายในร้าน ลักษณะการตกแต่งภายนอกที่พิกสำหรับผู้มารับบริการ ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน กระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า กว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
กระบวนการเข้าคิว	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	4.15 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)	4.14 (มาก)	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)
กระบวนการให้บริการก่อนการขาย	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	4.24 (มาก)	3.64 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
กระบวนการให้บริการหลังการขาย	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	4.24 (มาก)	3.64 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
กระบวนการชำระเงิน	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	4.24 (มาก)	3.45 (ปาน กลาง)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)	4.01 (มาก)
กระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	3.64 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	4.19 (มาก)	3.56 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านกระบวนการ ทุกข้อในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดด้านกระบวนการ ในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการให้บริการก่อนการขาย กระบวนการให้บริการหลังการขาย และกระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ กระบวนการเข้าคิว และกระบวนการชำระเงิน

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. The elephant is set against a background of a stylized sunburst or flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are two decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้
ต่อส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

ส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)						รวม
	10,000 หรือต่ำกว่า	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000	มากกว่า 50,000	
	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	ค่าเฉลี่ย/ แปลค่า	
ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ	3.47 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)
ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
ด้านราคา	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่ายบริการ	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	4.29 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)
ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายบริการ	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ด้านบุคคล	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	3.57 (มาก)	4.21 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.91 (มาก)	3.56 (มาก)	4.45 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)
ด้านกระบวนการ	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	4.19 (มาก)	3.56 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด , 3.50-4.49 = มาก , 2.50-3.49 = ปานกลาง , 1.50-2.49 = น้อย , 1.00-1.49 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน) โดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้น กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท กว่า มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้านของส่วนประสมการตลาดบริการ ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรายละเอียดส่วนประสมการตลาดบริการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของสินค้า และ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะโดยรวมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน
ผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)
อยากให้เปิดคอร์สมาร์คหน้าตลอดชีพ	1
อยากให้เพิ่มปริมาณเนื้อครีม เพราะใช้แล้วหมดเร็วมาก	1
ผลิตภัณฑ์ Toner และสบู่น้ำมีราคาสูงมากเกินไป ควรลดราคา	1
ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพมากขึ้น เพราะราคาแพง	1
ขั้นตอนการทำ Treatment ควรมีความน่าเชื่อถือมากกว่านี้	2
หาผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายให้มากขึ้น	3
ควรปรับปรุงด้านสินค้าคงคลังเพราะสินค้าขาด ไม่มีจำหน่ายบ่อยมาก	3
ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์เพราะไม่สะดวกต่อการใช้งาน	3
ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติในการรักษาหลายๆ อย่างในชนิดเดียว	3
ควรมีการรักษาแบบต่อเนื่อง เช่น การรักษาสิวปัจจุบันเป็นเพียงการแต้มหัว สิวกเท่านั้น	4
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วไม่ค่อยเห็นผล หรือเห็นผลช้า เช่นครีมรักษาฝ้า กระ ควร ปรับปรุงให้เห็นผลเร็วขึ้น	5
ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามมากขึ้น	6
ชนิดผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายมากขึ้น	6
ประเภทของการให้บริการควรมีความหลากหลายมากขึ้น	10

จากตารางที่ 38 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ อยากให้เปิดคอร์สมาร์คหน้าตลอดชีพ จำนวน 1 คน อยากให้เพิ่มปริมาณเนื้อครีม เพราะใช้แล้วเนื้อครีมหมดเร็วมาก จำนวน 1 คน ผลิตภัณฑ์ Toner และสบู่น้ำมีราคาสูงมากเกินไป ควรลดราคา 1 คน ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพมากขึ้น เพราะราคาแพง จำนวน 1 คน ขั้นตอนการทำ Treatment ควรมีความน่าเชื่อถือมากกว่านี้ จำนวน 2 คน หาผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายให้มากขึ้น จำนวน 3 คน ควรปรับปรุงด้านสินค้าคงคลังเพราะสินค้าขาด ไม่มีจำหน่ายบ่อยมาก จำนวน 3 คน ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์เพราะไม่

สะดวกต่อการใช้งาน จำนวน 3 คน ผลผลิตภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติในการรักษาหลายๆ อย่างในชนิดเดียว จำนวน 3 คน ควรมีการรักษาแบบต่อเนื่อง เช่น การรักษาสิ่วปัจจุบันเป็นเพียงการแถมหัวสิ่วเท่านั้น จำนวน 4 คน ผลผลิตภัณฑ์ใช้แล้วไม่ค่อยเห็นผล หรือเห็นผลช้า เช่นครีมรักษาฝ้า กระ ควรปรับปรุงให้เห็นผลเร็วขึ้น จำนวน 5 คน ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามมากขึ้น จำนวน 6 คน ชนิดผลผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายมากขึ้น จำนวน 6 คน และประเภทของการให้บริการควรมีความหลากหลายมากขึ้น 10 คน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านราคา

ข้อเสนอแนะด้านราคา	จำนวน (คน)
ควรลดราคาการทำ Treatment	5
ควรลดราคาการทำมาร์คหน้า	6
ลูกค้าที่เป็นสมาชิกควร ได้สิทธิในการรับส่วนลดมากขึ้น	8
ผลผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ควรลดราคา	36

จากตารางที่ 39 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านราคา โดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ควรลดราคาการทำ Treatment จำนวน 5 คน ควรลดราคาการทำมาร์คหน้า จำนวน 6 คน ลูกค้าที่เป็นสมาชิกควร ได้สิทธิในการรับส่วนลดมากขึ้น จำนวน 8 คน และผลผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ควรลดราคา จำนวน 36 คน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านการจัดจำหน่ายบริการ

ข้อเสนอแนะด้านการจัดจำหน่ายบริการ	จำนวน (คน)
ไม่ควรอยู่ใกล้ป้ายรถเมล์หรือที่กัลับริด	1
เพิ่มจำนวนสาขาร้านพลอยสวย	7
เพิ่มสถานที่จอดรถ	9

จากตารางที่ 40 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านการจัดจำหน่ายบริการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ไม่ควรอยู่ใกล้ป้ายรถเมล์หรือที่กั๊บลรต จำนวน 1 คน เพิ่มจำนวนสาขาร้านพลอยสวย จำนวน 7 คน และเพิ่มสถานที่จอดรถ จำนวน 9 คน

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ	จำนวน (คน)
ควรลงโฆษณาในนิตยสารให้มากขึ้น	1
ควรจัดโปรแกรมลดราคาผลิตภัณฑ์ในช่วงต้นเดือนหรือปลายเดือน	2
ควรออกงานแสดงสินค้าให้บ่อยขึ้น	3
ควรเพิ่มเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3
ควรเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์	6
ควรส่งเอกสารให้กับสมาชิกที่บ้าน เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร	13
ควรจัดรายการ Thank you sale ให้บ่อยขึ้น เช่นปีละ 2-3 ครั้ง	15
ควรส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น	15

จากตารางที่ 41 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านการจัดจำหน่ายบริการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ควรลงโฆษณาในนิตยสารให้มากขึ้น จำนวน 1 คน ควรจัดโปรแกรมลดราคาผลิตภัณฑ์ในช่วงต้นเดือนหรือปลายเดือน จำนวน 2 คน ควรออกงานแสดงสินค้าให้บ่อยขึ้น จำนวน 3 คน ควรเพิ่มเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน ควรเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน 6 คน ควรส่งเอกสารให้กับสมาชิกที่บ้าน เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร จำนวน 13 คน ควรจัดรายการ Thank you sale ให้บ่อยขึ้น เช่นปีละ 2-3 ครั้ง จำนวน 15 คน และควรส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น จำนวน 15 คน

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน บุคคล

ข้อเสนอแนะด้านบุคคล	จำนวน (คน)
เพิ่มจำนวนพนักงาน เพราะมีพนักงานน้อยทำให้ต้องรอนาน	1
ควรสามารถแนะนำลูกค้าให้รู้จักตราयीห้อยพลอยสวยได้	1
ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในการที่จะให้คำแนะนำลูกค้า	2
สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าได้	3

จากตารางที่ 42 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ เพิ่มจำนวนพนักงาน เพราะมีพนักงานน้อยทำให้ต้องรอนาน จำนวน 1 คน ควรสามารถแนะนำลูกค้าให้รู้จักตราयीห้อยพลอยสวยได้ จำนวน 1 คน ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในการที่จะให้คำแนะนำลูกค้า จำนวน 2 คน และสามารถสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าได้ จำนวน 3 คน

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน หลักฐานทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะด้านหลักฐานทางกายภาพ	จำนวน (คน)
ควรทำป้ายร้านให้เห็นเด่นชัด	1
ควรมีที่ให้ลูกค้านั่งพักมากขึ้น	1
ควรจัดสถานที่ให้กับลูกค้าในการซักถามพูดคุยกับเจ้าหน้าที่	1
ควรเพิ่มจำนวนเตียงในการให้บริการ	3
ควรมีเครื่องมือที่ทันสมัย	3
ควรจัดหาโทรทัศน์หรือวิทยุ และมีนิตยสารใหม่ๆ ไว้ให้บริการลูกค้าระหว่างรอรับบริการ	6
มีพื้นที่ใช้สอยคับแคบ ควรขยายร้านให้กว้างขึ้น	9

จากตารางที่ 43 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ควรทำป้ายร้านให้เห็นเด่นชัด จำนวน 1 คน ควรมีที่ให้ลูกค้านั่งพักมากขึ้น จำนวน 1 คน ควรจัดสถานที่ให้กับลูกค้าในการซักถามพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ จำนวน 1 คน ควรเพิ่มจำนวนเตียงในการให้บริการ จำนวน 3 คน ควรมีเครื่องมือที่ทันสมัย จำนวน 3 คน ควรจัดหาโทรทัศน์หรือวิทยุ และมีนิตยสารใหม่ๆ ไว้ให้บริการลูกค้าระหว่างรอรับบริการ จำนวน 6 คน และมีพื้นที่ใช้สอยคับแคบ ควรขยายร้านให้กว้างขึ้น จำนวน 9 คน

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้าน กระบวนการ

ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ	จำนวน (คน)
สามารถที่จะชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ในวงเงินที่ต่ำลง	1

จากตารางที่ 44 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในด้านกระบวนการโดยกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ สามารถที่จะชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ในวงเงินที่ต่ำลง จำนวน 1 คน