

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรีสามารถสรุปผลการศึกษาโดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงร้อยละ 88 และเพศชาย ร้อยละ 12

มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 50.7 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 23.1 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.2 อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 7.6 และอายุมากกว่า 50 ร้อยละ 4.4

เป็นพนักงานบริษัท/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

มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.4 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 24.9 ระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 14.2 และระดับปริญญาโท ร้อยละ 4.4

โสด ร้อยละ 56.4 และสมรสแล้ว ร้อยละ 43.6

มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 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 และไม่ระบุรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน) ร้อยละ 2.7

เป็นผู้ที่สมัครคอร์สระยะยาว ร้อยละ 58.2 มาทำเป็นครั้งๆ โดยไม่ได้สมัครคอร์ส ร้อยละ 23.6 และสมัครคอร์สระยะสั้น ร้อยละ 18.2

มีระยะเวลาที่มาใช้บริการร้านพลอยสวยน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 59.6 ระยะเวลา 1 ปี แต่ไม่ถึง 2 ปี ร้อยละ 32.4 ระยะเวลา 2 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี ร้อยละ 4.9 ระยะเวลามากกว่า 4 ปี ร้อยละ 1.8 และระยะเวลา 3 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี ร้อยละ 1.3

รู้จักร้านพลอยสวยจากมีคนแนะนำ ร้อยละ 57.8 ดูโทรทัศน์ ร้อยละ 18.7 อ่านนิตยสาร ร้อยละ 15.1 ได้รับใบปลิว/แผ่นพับ ร้อยละ 13.8 และอื่นๆ เช่นเดินผ่านหน้าร้านจึงแวะเข้ามาสอบถาม ได้รับทราบข้อมูลจากเจ้าของร้าน ร้อยละ 9.3

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการจากที่อื่น ร้อยละ 82.2 เคยใช้บริการจากร้านสโรโรจน์ ร้อยละ 7.6 ร้านคร.สาโรจน์ ร้อยละ 5.3 ร้านแพนคอสมेटิก ร้อยละ 3.1 ร้านสมุนไพรวัวญภิรมย์ ร้อยละ 1.8 ร้านหมอบุญทามาศ ร้อยละ 1.3 ร้านเสน่ห์สาว ร้อยละ 0.9 คลินิกบุญลดา ร้อยละ 0.4 และร้านนวดหน้าอื่นๆ ร้อยละ 0.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ต่อส่วนประสบการณ์ตลาดบริการ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาในด้านต่างๆ มีดังต่อไปนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา แบ่งพิจารณาเป็น 2 ส่วน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องคุณภาพของการให้บริการ เช่น ทริทเม้นท์ มาร์คหน้า ความปลอดภัยจากการใช้บริการ และความสามารถในการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องความหลากหลายของบริการ เช่น การทำทริทเม้นท์ การมาร์คหน้า และการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มาแนะนำเสนอลูกค้า

2.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องความปลอดภัยจากการใช้สินค้า คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย ลักษณะการบรรจุหีบห่อ ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย และอายุการใช้งานของสินค้า

2. ด้านราคา

ด้านราคาโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ

3. ด้านการจัดจำหน่ายบริการ

ด้านการจัดจำหน่ายบริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องระยะเวลาเปิดให้บริการของร้านในสาขาที่ท่านใช้บริการอยู่ ความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน จำนวนสาขาของร้านพลอยสวย เฮาส์ ออฟ บิวตี้ ที่มีให้เลือกใช้บริการ และจำนวนห้องที่มีให้บริการลูกค้าของแต่ละสาขา

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องความเพียงพอของที่จัดครด

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องการจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่อง ลูกค้าที่ใช้บริการคอร์สตลอดชีพ สามารถซื้อสินค้าภายในร้านลด 10 % นำภาพกิจกรรมต่างๆที่มีการจัดขึ้นมาติดบอร์ดเพื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละสาขา ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่อง เรื่องผู้หญิง รายการ At Home การร่วมเป็น Sponsor จัดประกวดนางสาวไทย เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่

มีแจกภายในร้าน แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด การจัด Grand Opening เชิญคารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ การให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่และตามแหล่งชุมชน และการจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา

5. ด้านบุคคล

ด้านบุคคลโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่อง ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและการเอาใจใส่ของพนักงาน การเตรียมพร้อมในการให้บริการของพนักงาน การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการที่ได้รับ ความชำนาญหรือความสามารถของพนักงานในการให้บริการเสริมความงาม ความรวดเร็วของพนักงานในการตอบสนองความต้องการลูกค้า ความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ และความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำแก้ปัญหาหลังจากการใช้สินค้าและบริการ

6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ด้านหลักฐานทางกายภาพโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่อง ความสะอาดของร้าน ลักษณะการตกแต่งภายในร้าน อุณหภูมิภายในร้าน ความสว่างของร้าน การไม่มีเสียงรบกวน ที่พักสำหรับผู้มารับบริการ ความกว้างขวางของร้าน และลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ และความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่นำมาให้บริการ

7. ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่อง กระบวนการให้บริการหลังการขาย กระบวนการชำระเงิน กระบวนการให้บริการก่อนการขาย กระบวนการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า และกระบวนการเข้าคิว

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

3.1 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

3.1.1 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า

อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.1.2 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี

อายุ 21-30 ปี	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านราคา
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.1.3 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี

อายุ 31-40 ปี	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ
	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.1.4 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี

อายุ 41-50 ปี	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านราคา
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.1.5 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี

อายุมากกว่า 50 ปี	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

3.2 ความพึงพอใจในการทำงานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย(ต่อเดือน)

3.2.1 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า

10,000 หรือต่ำกว่า	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ
	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.2.2 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

10,001 – 20,000 บาท	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของการบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.2.3 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.2.4 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านราคา
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.2.5 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท

40,001 – 50,000 บาท	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ
	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านราคา
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

3.2.6 ตารางสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท	ส่วนประสมการตลาดบริการ
ความพึงพอใจระดับมาก	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ
	- ด้านราคา
	- ด้านการจัดจำหน่ายบริการ
	- ด้านบุคคล
	- ด้านหลักฐานทางกายภาพ
	- ด้านกระบวนการ
ความพึงพอใจระดับปานกลาง	- ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า
	- ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

ส่วนที่ 4 สรุปข้อเสนอแนะโดยรวมเพื่อการปรับปรุงร้าน พลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อยากให้เปิดคอร์สมาร์คหน้าตลอดชีพ อยากให้เพิ่มปริมาณเนื้อครีม เพราะใช้แล้วหมดเร็วมาก ผลิตภัณฑ์ Toner และสบู่น้ำมีราคาสูงมากเกินไป ควรลดราคาผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพมากขึ้น เพราะราคาแพง ขั้นตอนการทำ Treatment ควรมีความน่าเชื่อถือมากกว่านี้ หาผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายให้มากขึ้น ควรปรับปรุงด้านสินค้าคงคลังเพราะสินค้าขาดไม่มีจำหน่ายบ่อยมาก ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์เพราะไม่สะดวกต่อการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติในการรักษาหลายๆ อย่างในชนิดเดียว ควรมีการรักษาแบบต่อเนื่อง เช่น การรักษาสิ่วปัจจุบันเป็นเพียงการแต้มหัวสิ่วเท่านั้น ผลิตภัณฑ์ใช้แล้วไม่ค่อยเห็นผล หรือเห็นผลช้า เช่นครีมรักษาฝ้า กระ ควรปรับปรุงให้เห็นผลเร็วขึ้น ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามมากขึ้น ชนิดผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายมากขึ้น และประเภทของการให้บริการควรมีความหลากหลายมากขึ้น

2. ด้านราคา ได้แก่ ควรลดราคาการทำ Treatment ควรลดราคาการทำมาร์คหน้า ลูกค้ำที่เป็นสมาชิกควรได้สิทธิในการรับส่วนลดมากขึ้น และผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ควรลดราคา

3. ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ไม่ควรอยู่ใกล้ป้ายรถเมล์หรือที่กักلبรถ เพิ่มจำนวนสาขา ร้านพลอยสวย และเพิ่มสถานที่จอดรถ

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ได้แก่ ควรลงโฆษณาในนิตยสารให้มากขึ้น ควรจัดโปรแกรมลดราคาผลิตภัณฑ์ในช่วงต้นเดือนหรือปลายเดือน ควรออกงานแสดงสินค้าให้บ่อยขึ้น ควรเพิ่มเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์ ควรส่งเอกสารให้กับสมาชิกที่บ้าน เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ควรจัดรายการ Thank you sale ให้บ่อยขึ้น เช่นปีละ 2-3 ครั้ง และควรส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น

5. ด้านบุคคล ได้แก่ คือ เพิ่มจำนวนพนักงาน เพราะมีพนักงานน้อยทำให้ต้องรอนาน ควรสามารถแนะนำลูกค้ำให้รู้จักครายี่ห้อพลอยสวยได้ ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในการที่จะให้คำแนะนำลูกค้ำ และสามารถสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้ำได้

6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ ได้แก่ คือ ควรทำป้ายร้านให้เห็นเด่นชัด ควรมีที่ให้ลูกค้ำนั่งพักมากขึ้น ควรจัดสถานที่ให้กับลูกค้ำในการซักถามพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ ควรเพิ่มจำนวนเตียงในการให้บริการ ควรมีเครื่องมือที่ทันสมัย ควรจัดหาโทรทัศน์หรือวิทยุ และมีนิตยสารใหม่ๆ ไว้ให้บริการลูกค้ำระหว่างรอรับบริการ และมีพื้นที่ใช้สอยคืบแคบ ควรขยายร้านให้กว้างขึ้น

7. ด้านกระบวนการ ได้แก่ สามารถที่จะชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ในวงเงินที่ต่ำลง กล่าวคือ ปัจจุบันทางร้านยอมให้ลูกค้ำจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิตได้ เมื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท หากซื้อต่ำกว่าวงเงินดังกล่าวต้องชำระเป็นเงินสด

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย บริการ(Distribution) ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ (Promotion) ด้านบุคคล(People) ด้านหลักฐานทางกายภาพ(Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Processes)

กรณีศึกษาร้านพลอยสวย เฮ้าส์ ออฟ บิวตี้ ส่วนประสมการตลาดทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคคล ด้านหลักฐานทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ยกเว้น ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แสดงว่านโยบายด้านราคาและด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการในปัจจุบันยังไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้สูงสุด ประกอบกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเสนอให้มีการปรับปรุงในด้านต่างๆ ของส่วนประสมการตลาดบริการ ดังเช่น ด้านผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะตามลำดับความถี่จากมากไปน้อย คือ ประเภทของการให้บริการควรมีความหลากหลายมากขึ้น ชนิดผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายมากขึ้น ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ใช้แล้วไม่ค่อยเห็นผล หรือเห็นผลช้า ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์เพราะไม่สะดวกต่อการใช้งาน หาผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายให้มากขึ้น ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพมากขึ้น เพราะราคาแพง อยากให้เพิ่มปริมาณเนื้อครีม เพราะใช้แล้วหมดเร็วมาก ด้านราคา มีข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ควรลดราคา ด้านการจัดจำหน่ายบริการ มีข้อเสนอแนะให้เพิ่มจำนวนสาขาร้านพลอยสวย ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการมีข้อเสนอแนะตามลำดับความถี่จากมากไปน้อย คือ ควรส่งเอกสารให้กับสมาชิกที่บ้าน เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ควรเพิ่มการโฆษณาทางโทรทัศน์ ควรออกงานแสดงสินค้าให้บ่อยขึ้น และควรลงโฆษณาในนิตยสารให้มากขึ้น ด้านบุคคล มีข้อเสนอแนะตามลำดับความถี่จากมากไปน้อย คือ ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในการที่จะให้คำแนะนำลูกค้า ควรสามารถแนะนำลูกค้าให้รู้จักตรา ยี่ห้อพลอยสวยได้ ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีข้อเสนอแนะให้ขยายร้านให้กว้างขึ้น และด้านกระบวนการ มีข้อเสนอแนะให้สามารถที่จะชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ในวงเงินที่ต่ำลง ผู้บริหารจึงควรมีการทบทวนนโยบายและปรับปรุงในด้านต่างๆ เหล่านี้

จากผลการศึกษาอภิปรายเปรียบเทียบกับการศึกษาของ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2542) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนคติของผู้บริโภค โดยส่วนที่หนึ่งศึกษา ทัศนคติของผู้ตอบแบบที่มีต่อส่วนประสมการตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรไทยโดยมีระดับความคิดเห็นเกณฑ์เห็นด้วยขึ้นไป จำนวน 9 ลำดับ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ เครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีคุณภาพเชื่อถือได้ การนำสมุนไพรไทยมาผสมในเครื่องสำอาง

เพื่อช่วยลดอันตรายและการแพ้จากสารเคมีสังเคราะห์ ท่านรู้สึกปลอดภัยในการใช้เครื่องสำอาง
 สมุนไพรไทย เครื่องสำอางสมุนไพรไทยควรมีการเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายกว่านี้
 ขนาดบรรจุของเครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีขนาดพอเหมาะกับความต้องการใช้ ราคาเครื่องสำอาง
 สมุนไพรไทยถูกกว่าเครื่องสำอางจากสารเคมีสังเคราะห์ ปัจจุบันราคาของเครื่องสำอางสมุนไพรไทย
 มีความเหมาะสมกับคุณภาพ เครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้ บรรจุภัณฑ์
 และหีบห่อของเครื่องสำอางสมุนไพรไทยเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ ส่วนที่สองศึกษา ความ
 คิดเห็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีการพัฒนาแก้ไข
 และปรับปรุงเครื่องสำอางสมุนไพรไทย รวมทั้งด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค ที่ได้
 จากแบบสอบถามเปิด เรียงตามค่าความถี่ในแต่ละด้านจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมี
 การควบคุมคุณภาพให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ควรมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถเห็น
 ผลเร็ว ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นเรื่อยๆ ด้านขนาดบรรจุ ควรมีขนาดบรรจุที่ได้
 มาตรฐานสากล ควรมีขนาดพอสมควรกับการใช้และเหมาะสมกับอายุของผลิตภัณฑ์ ควรมีขนาด
 บรรจุหลายขนาดให้เลือกใช้ ด้านบรรจุหีบห่อ ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงาม ทันสมัย จูงใจให้
 นำซื้อใช้ ควรมีฝาปิดและเปิดที่สะดวกต่อการใช้งาน ควรมีบรรจุภัณฑ์ลักษณะใสสามารถเห็น
 ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ด้านราคา ควรมีราคาเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกที่มีมีวางจำหน่าย ควรมีราคาที่
 สอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควรมีราคาพอสมควรและเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจ ควรมี
 ราคาเป็นมาตรฐานเดียวกับทุกยี่ห้อ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ควรมีสถานที่จัดจำหน่ายให้แพร่หลาย
 กว่านี้ และหาซื้อได้ง่าย ร้านจัดจำหน่ายควรมีความรู้ที่จะแนะนำลูกค้าถึงวิธีการเลือกซื้อสินค้าที่ถูก
 ต้องและเหมาะสมกับลูกค้า ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการส่งเสริมการขายให้มากกว่านี้
 โดยผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ผู้ผลิตควรมีการณรงค์ เผยแพร่และแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภค
 ได้รับรู้ ควรมีการจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการต่างๆ เพื่อเป็นการแนะนำสินค้า

ข้อค้นพบ

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้าน พลอยสวย เฮาส์ ออฟ บิวตี้ มีระดับค่าเฉลี่ยที่แตกต่างจากกลุ่ม มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของบริการ

1.1 กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

1.2 กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ ยกเว้น รายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการปรับปรุงบริการใหม่ๆ มานำเสนอลูกค้า

2. ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของสินค้า

2.1 กลุ่มตัวอย่างอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อลักษณะการบรรจุหีบห่อและอายุการใช้งานของสินค้า

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจต่อระดับปานกลาง คุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย ลักษณะการบรรจุหีบห่อ อายุการใช้งานของสินค้าและความปลอดภัยจากการใช้สินค้า

3. ด้านราคา

3.1 กลุ่มตัวอย่างอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า อายุ 31-40 ปี อายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อ ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ

3.2 กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางต่ออัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ มีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุดความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ

4. ด้านการจัดจำหน่ายบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความเหมาะสมของตำแหน่งที่ตั้งของร้าน

5. ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ

5.1 กลุ่มตัวอย่างอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อ การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา การร่วมเป็นสปอนเซอร์จัดประกวดนางสาวไทย ร่วมเป็นผู้สนับสนุนในรายการบ้านเลขที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการ At Home แจกของชำร่วยเมื่อซื้อสินค้าครบตามวงเงินที่กำหนด และการให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์

5.2 กลุ่มตัวอย่างอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อแจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่ และตามแหล่งชุมชน การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และการจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา

5.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อการโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ

5.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อการออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขา และการจัด Grand Opening เชิญดารามาร่วมงานและให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์

5.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อการโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ

5.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการจัดกิจกรรม Thank you sale โดยให้ส่วนลด 25-30 % ซึ่งจัดปีละครั้ง

5.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับน้อยต่อการให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์

6. ด้านบุคคล

โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากในทุกๆ ข้อของข้อมูลทั่วไปที่นำมาวิเคราะห์ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 4 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมากที่สุด

7. ด้านหลักฐานทางกายภาพ

7.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 หรือต่ำกว่า รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 30,001-40,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลางต่อความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำมาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์

7.2 กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แล้วมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากในทุกๆ ข้อของข้อมูลทั่วไปที่นำมาวิเคราะห์ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 4 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมากที่สุด

8. ด้านกระบวนการ โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากในทุกๆ ข้อของข้อมูลทั่วไปที่นำมาวิเคราะห์ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาใช้บริการมากกว่า 4 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเสริมความงามของร้านพลอยสวย เฮาส์ ออฟ บิวตี้ ในจังหวัดนนทบุรี โดยวัดระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากถึง 5 ด้าน มีเพียงด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดบริการเท่านั้นที่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง แต่กระนั้นเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ยังมีข้อรายละเอียดอยู่มากที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลางและน้อย ตามข้อค้นพบหน้าที 94-96 ซึ่ง Philip Kotler ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึก พอใจหรือผิดหวัง อันเกิดจากการเปรียบเทียบผลหรือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของเขา จะเห็นได้ว่าจุดสำคัญคือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง ถ้าการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าการปฏิบัติงานเท่ากับความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะพอใจหรือปิติยินดีเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นในส่วนรายละเอียดที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย หรือปานกลาง หรือมาก ควรที่จะปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการให้ตรงกับความต้องการลูกค้า เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ซึ่งทำให้สินค้าสามารถครอบครองใจลูกค้าได้ (Customer Equity) ก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (Repeat Order) และช่วยแนะนำลูกค้ารายอื่นให้กับบริษัทฯ โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความหลากหลายของบริการ การปรับปรุงบริการใหม่ๆ มาแนะนำเสนอลูกค้า และลักษณะการบรรจุหีบห่อ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ประกอบกับข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง คือ ประเภทของการให้บริการควรมีความหลากหลายมากขึ้น ชนิดผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายมากขึ้น ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามมากขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาหรือจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่มาจำหน่ายมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ควรมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด (Product Differentiate) ในด้านบริการก็เช่นกันควรเพิ่มบริการใหม่ๆ เช่น อาจเปลี่ยนรูปแบบเป็นธุรกิจเสริมความงามแบบครบวงจร กล่าวคือ มีผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ผิวหนังว่ามีปัญหาด้านใด ควรทำการรักษาด้วยวิธีใด เช่น ลูกค้าเป็นสิวกก็มีแผนกรักษาสิวลูกค้าเป็นฝ้าก็มีแผนกรักษาฝ้า มีแผนกรักษาไฟ จุดด่างดำ ทำเบบี๋ เฟส ครบทุกอย่างโดยไม่ต้องไปรักษาที่อื่น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้ช่องทางจำหน่ายเดิมที่มีอยู่แล้วส่วนใหญ่ ทำให้ไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนัก และเป็นการเพิ่มยอดขายด้วย ลักษณะบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันไม่ช่วยในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ (Value Added) ในทางตรงกันข้ามกับทำให้

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แย่ง จึงควรที่จะออกแบบใหม่ทั้งลักษณะกล่องและขวดบรรจุให้สวยงาม ทนทาน และสะดวกต่อลักษณะการใช้งาน

2. ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ราคาค่าบริการที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ ราคาสินค้าที่จ่ายไปเมื่อเทียบกับคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ และอัตราค่าบริการเมื่อเทียบกับร้านเสริมสวยอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่มีด้านความคุ้มค่าที่ได้รับกับเวลาที่ต้องเสียไปในการใช้บริการ ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ควรลดราคา ลูกค้ำที่เป็นสมาชิกควรได้สิทธิในการรับส่วนลดมากขึ้น ควรลดราคาการทำมาร์คหน้า และควรลดราคาการทำ Treatment ซึ่งอาจเป็นเพราะบริษัทฯ ยังไม่สามารถสื่อให้ลูกค้ำรับรู้ถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ ทำให้ความคาดหวังของลูกค้ำจากต้นทุนรวมที่เสียไปสูงกว่าคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับ จึงเกิดความรู้สึกว่าราคาแพง คุณค่ารวมสำหรับลูกค้ำ ประกอบด้วย คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Services Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personal Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) สำหรับคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ ต้องสามารถสื่อให้ลูกค้ำเกิดการรับรู้ว่าคุณค่าที่นำมาจำหน่ายทำมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อผิวพรรณและสุขภาพภายหลัง มีคุณสมบัติต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่มีจำหน่ายในท้องตลาดแต่ราคาถูกกว่าอย่างไร โดยอาจใช้จดหมายส่งโดยตรงให้สมาชิกรับทราบคุณสมบัติดังกล่าว คุณค่าด้านบริการ ลูกค้ำจะได้รับบริการที่ดี สม่าเสมอทั้งก่อนและหลังซื้อ หากเกิดปัญหาบริษัทมีบุคลากรที่มีความสามารถเตรียมไว้ให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ซื้อแล้วซื้อเลย ไม่มีการบริการหลังการขาย (After Sale Service) ด้านบุคลากรและด้านภาพลักษณ์ จะขอกกล่าวในด้านบุคคล และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการตามลำดับในส่วนถัดไป

3. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความพึงพอใจของที่จ้อครด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ประกอบกับ กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าควร เพิ่มสถานที่จ้อครด และเพิ่มจำนวนสาขา ร้านพลอยสวย ดังนั้นควรมีการปรับปรุงในเรื่องสถานที่จ้อครด เพราะหากลูกค้ำต้องการมาใช้บริการแต่หาที่จ้อครดไม่ได้ อาจทำให้เปลี่ยนใจไม่ใช้บริการหรือไปใช้บริการร้านอื่นที่มีที่จ้อครดสะดวกสบาย หาง่ายกว่าทำให้เสียโอกาสในการขาย และจำนวนสาขายังมีไม่ทั่วถึงทำให้ลูกค้ำต้องเดินทางไกลมาใช้บริการ อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะนี้อาจมีเป็นไปได้ในทางปฏิบัติน้อย เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุนและสถานที่ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะว่าถ้าข้อเสนอแนะนี้เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ยาก จึง

อาจใช้การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านอื่นให้มากขึ้น และคิดว่าคู่แข่งเพื่อเป็นสิ่งชดเชยข้อด้อยนี้ และทำให้ยังคงมีศักยภาพในการแข่งขันอยู่

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการในปัจจุบันที่เป็นอยู่ ลูกค้าจำนวนหนึ่งมีความพึงพอใจต่อสิ่งต่อไปนี้ในระดับน้อย การโฆษณา ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ แจกใบปลิวในห้างสรรพสินค้าที่มีร้านเปิดบริการอยู่ และตามแหล่ง ชุมชน การออกร้านเพื่อแสดงสินค้าในงานประชุม เช่น ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ การจัดงานเลี้ยงลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่ที่สาขาและการให้บทสัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์ จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างมีการขอให้ส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้นมีจำนวนมากที่สุด และควรส่งเอกสารให้กับสมาชิกที่บ้าน เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะดังนี้ ด้านการโฆษณา (Advertising) 1). ให้มีการจัดพิมพ์เอกสารส่งสมาชิกเป็นระยะๆ เป็นประจำ เช่น ทุกๆ 3 เดือน (Direct Mail) เพื่อแจ้งกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นการช่วยย้ำเตือนความจำของลูกค้าต่อตราห้อย สร้างสายสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับบริษัทฯ เช่น ลงภาพที่ลูกค้าร่วมทำกิจกรรมกับบริษัทฯ ไม่ใช่มีแต่ภาพดาราท่านั้น 2). เสนอทางบริษัทพลอยสวย จำกัดให้มีการเพิ่มงบการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร ด้านการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) 1). จัดงานแสดงสินค้าที่หน่วยขายแต่ละสาขาโดยมีผู้เชี่ยวชาญมาช่วยวิเคราะห์ด้านผิวหน้าและแนะนำผลิตภัณฑ์ให้นำกลับไปใช้ หากใช้ได้ผลลูกค้าก็จะกลับมาซื้ออีก ด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) จัดประกวดผู้หญิงที่มีผิวหน้างามในเขตจังหวัดนนทบุรี กิจกรรมเหล่านี้จะช่วยเสริมคุณค่าด้านภาพลักษณ์ ปัญหาด้านราคาแพงอาจหมดไป

5. ด้านบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก นับได้ว่าเป็นจุดแข็งอย่างหนึ่งของบริษัทพลอยสวย ซึ่งองค์กรจะขยายกิจการต่อไปได้ต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพมีความรู้ ความเข้าใจในงานที่ตนเองรับผิดชอบเป็นอย่างดี ดังนั้นบริษัทฯ ควรจัดการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่าย วิธีการที่ถูกต้องและเทคนิคในการทำในขั้นตอนต่างๆ กับใบหน้าลูกค้า วิธีการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้หลังจากการใช้สินค้า และความรู้ด้านประวัติความเป็นมาของร้านพลอยสวย เพื่อช่วยสร้างความเชื่อถือทั้งกับบริษัทฯ และตราสินค้า นอกจากนี้ควรให้ความรู้ด้านทักษะการขาย การพูดโน้มน้าวใจลูกค้า การปิดการขายจะทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น

6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ ที่นำ

มาให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในร้าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ประกอบกับข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง เสนอว่ามีพื้นที่ใช้สอยคับแคบ ควรขยายร้านให้กว้างขึ้น ควรจัดหาโทรทัศน์หรือวิทยุ และมีนิตยสารใหม่ๆไว้ให้บริการลูกค้าระหว่างรอรับบริการ และควรมีเครื่องมือที่ทันสมัย เหล่านี้อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึว่าคุณค่าที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ จึงเห็นควรให้ขยายร้านให้กว้างขึ้น เพื่อสามารถแยกการให้บริการได้เป็นสัดส่วน ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัด และเพื่อรองรับการบริการอื่นๆที่อาจมีเพิ่มในภายหลัง นอกจากนี้ควรจัดหาโทรทัศน์ และนิตยสาร หนังสือพิมพ์ใหม่ๆ มาบริการลูกค้าระหว่างรอรับบริการ และนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยให้การบริการดีขึ้น สาขาใดที่มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการมากควรเพิ่มจำนวนเตียงมารอไว้ให้บริการ

7. ด้านกระบวนการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเช่นกัน แต่ลูกค้ามีข้อเสนอแนะให้ยืดหยุ่นในด้านชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ในวงเงินที่ต่ำลง เช่น หากซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินตั้งแต่ 300 บาทขึ้นไปก็สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ ซึ่งปัจจุบันปริมาณการใช้บัตรเครดิตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสะดวกรวดเร็วและยังไม่ต้องชำระเงินสดในตอนนี้ มีระยะเวลาที่จะหาเงินมาชำระค่าบริการได้ในภายหลังกับธนาคาร ทำให้การตัดสินใจใช้บริการง่ายขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ควรนำเทคโนโลยีด้านสารสนเทศ (Management Information System) เข้ามาช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล และเพื่อนำมาช่วยในการตัดสินใจ ช่วยในการประสานงาน และการควบคุมดูแล นอกจากนี้ยังช่วยในการวิเคราะห์ปัญหา แก้ปัญหา และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคโนโลยีด้านสารสนเทศจะต้องใช้อุปกรณ์ทางคอมพิวเตอร์ (Hardware) และโปรแกรม (Software) ร่วมกับผู้ใช้ (Peopleware) เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในการได้มาซึ่งสารสนเทศที่มีประโยชน์