

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

หลังจากเก็บข้อมูล จากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานคร 400 คน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจำนวน 400 ฉบับ คิดเป็น 100% ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ มีดังต่อไปนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00 และเป็นเพศสตรีข้ามเพศจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

อายุ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 21 – 30 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ 164 รายคิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ ช่วงอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี จำนวน 115 รายคิดเป็นร้อยละ 28.75 ช่วงอายุตั้งแต่ 41 – 50 ปีจำนวน 52 รายคิดเป็นร้อยละ 13.00 ช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 9.75 ช่วงอายุตั้งแต่ 51 – 60 ปีจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 5.75 และช่วงอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไปจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 246 รายคิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือสถานภาพสมรส

จำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 30.00 และสถานภาพหย่า / หม้าย / แยกกันอยู่จำนวน 34 รายคิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 209 รายคิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 80 รายคิดเป็นร้อยละ 20.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 61 รายคิดเป็นร้อยละ 15.25 ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่าจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 8.25 และระดับอนุปริญญาจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ระดับรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมส่วนใหญ่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไปจำนวน 88 รายคิดเป็นร้อยละ 22.00 รองลงมาคือระดับรายได้ตั้งแต่ 20,001 – 25,000 บาทจำนวน 82 รายคิดเป็นร้อยละ 20.50 ระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทจำนวน 81 รายคิดเป็นร้อยละ 20.25 ระดับรายได้ตั้งแต่ 15,001 – 20,000 บาทจำนวน 80 รายคิดเป็นร้อยละ 20.00 และระดับรายได้ตั้งแต่ 25,001 – 30,000 บาทจำนวน 69 รายคิดเป็นร้อยละ 17.25 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ร้านค้าจำนวน 142 รายคิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 96 รายคิดเป็นร้อยละ 24.00 อาชีพนักเรียน / นักศึกษาจำนวน 62 รายคิดเป็นร้อยละ 15.50 อาชีพข้าราชการ / พนักงานของรัฐจำนวน 61 รายคิดเป็นร้อยละ 15.25 และอาชีพแม่บ้าน / ว่างงานจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครอันประกอบด้วยประเภทของบริการที่เคยใช้ในร้านทำผม เหตุผลที่ใช้บริการในร้านทำผม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการ เวลาในการใช้บริการโดยส่วนใหญ่ สถานที่ตั้งในการใช้บริการ และผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการ มีดังต่อไปนี้

ประเภทของบริการที่เคยใช้ในร้านทำผม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการซ่อม/โกรกผมมีจำนวน 305 รายคิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือ อบไอน้ำมีจำนวน 195 รายคิดเป็นร้อยละ 19.98 คัดผมจำนวน 186 รายคิดเป็นร้อยละ 19.06 ยืดผม/รีบอนด์ผมจำนวน 151 รายคิดเป็นร้อยละ 15.47 สบผม

จำนวน 91 รายคิดเป็นร้อยละ 9.32 แก้วซ์ผมจำนวน 43 รายคิดเป็นร้อยละ 4.41 และอื่นๆ (สระ ไค์ เซ้ท) จำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 0.51 ตามลำดับ

เหตุผลที่ใช้บริการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการด้วยเหตุผลที่ช่างของร้านฝีมือดี ทำให้สวยสมใจจำนวน 157 รายคิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือ ลูกค้าไม่สามารถทำเองได้จำนวน 99 รายคิดเป็นร้อยละ 24.75 บริการโดยรวมของร้านดีน่าประทับใจจำนวน 65 รายคิดเป็นร้อยละ 16.25 ต้องการคำแนะนำที่ดีจากร้านจำนวน 40 รายคิดเป็นร้อยละ 10.00 มีบริการเสริมสวยอื่นๆ ครบตามต้องการจำนวน 29 รายคิดเป็นร้อยละ 7.25 และเหตุผลที่สตรีผู้ใช้บริการต้องทำผมบ่อย จึงอยากใช้มีอาชีพจำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผม

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งตั้งแต่ 1,001 – 1,500 บาทจำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายต่อการครั้งตั้งแต่ 501 – 1,000 บาทซึ่งมีจำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.00 ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาทซึ่งมีจำนวน 63 รายคิดเป็นร้อยละ 15.75 ค่าใช้จ่ายต่อการครั้งตั้งแต่ 1,501 – 2,000 บาทซึ่งมีจำนวน 53 รายคิดเป็นร้อยละ 13.25 และค่าใช้จ่ายต่อการครั้งตั้งแต่ 2,001 บาทขึ้นไปซึ่งมีจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติร้านทำผม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการด้วยความถี่ที่ไม่แน่นอนจำนวน 148 รายคิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ ความถี่มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือนจำนวน 83 รายคิดเป็นร้อยละ 20.75 ความถี่ 1 เดือนครั้งต่อการจำนวน 43 รายคิดเป็นร้อยละ 10.75 ความถี่ 1 เดือนต่อการจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 9.75 ความถี่ 2 เดือนต่อการจำนวน 33 รายคิดเป็นร้อยละ 8.25 ความถี่มากกว่า 3 เดือนต่อการจำนวน 23 รายคิดเป็นร้อยละ 5.75 ความถี่ 2 เดือนครั้งต่อการจำนวน 17 รายคิดเป็นร้อยละ 4.25 และความถี่ 3 เดือนต่อการ จำนวน 14 รายคิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

เวลาในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการช่วงเย็น 16.01 – 20.00 ของวันหยุดจำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 รองลงมาคือ ช่วงเย็น 16.01 – 20.00 ของวันธรรมดาจำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.50 ช่วงบ่าย 12.01 – 16.00 ของวันหยุดจำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.00 ช่วงเช้า 9.00 – 12.00 ของวันหยุดจำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00 ช่วงเช้า 9.00 – 12.00 ของวันธรรมดาจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.25 และช่วงบ่าย 12.01 – 16.00 ของวันธรรมดาจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

สถานที่ตั้งของร้านทำผมที่ให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านอยู่ใกล้บ้านจำนวน 258 รายคิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคือ ร้านอยู่ใน

ห้างสรรพสินค้าจำนวน 54 รายคิดเป็นร้อยละ 13.50 สตรีผู้ใช้บริการเลือกร้านที่ถูกใจ แม้เดินทางไม่สะดวกจำนวน 44 รายคิดเป็นร้อยละ 11.00 ร้านที่อยู่ใกล้ที่ทำงานจำนวน 43 รายคิดเป็นร้อยละ 10.75 และแหล่งอื่นๆ (แหล่งวัยรุ่น) จำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้รับการชักจูงจากตนเองจำนวน 323 รายคิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมาคือ จากญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัวจำนวน 21 รายคิดเป็นร้อยละ 5.25 จากเพื่อนร่วมงาน/เพื่อนในชั้นเรียน/เพื่อนบ้านจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 5.00 และจากคู่รักหรือคู่สมรส จากคารา/นักร้อง/นางแบบ จากพนักงานผู้ให้บริการที่ร้านทำผมมีจำนวน 12 รายเท่ากันทั้ง 3 กลุ่มคิดเป็นร้อยละ 3.00 ต่อกลุ่มตามลำดับ

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ ส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ด้านสภาวะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ด้านผลิตภัณฑ์การบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ด้านราคาการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์การบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.22 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของผลิตภัณฑ์การบริการได้แก่ ใช้บริการแล้วได้ผมสวยตรงกับความต้องการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.44 รองลงมาคือทางร้านใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ใช้บริการแล้วผมไม่เสีย ไม่มีปัญหาสุขภาพหนังศีรษะ หรือทำแล้วสุขภาพผมดีขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ทางร้านมีความเชี่ยวชาญในการตกแต่งผมเฉพาะทางและทางร้านมีจำนวนช่างพอเพียง ไม่ต้องรอคิวนานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เท่ากันทั้งสองข้อย่อย ทางร้านมีบริการครบครันเกี่ยวกับการทำผมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ทางร้านยินดีใช้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่านามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และทางร้านมีบริการเสริม เช่น เครื่องดื่ม โทรศัพท์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

ด้านราคาการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.18 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของราคาการบริการ ได้แก่ ราคาค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือราคาค่าบริการไม่

แพงกว่าร้านอื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 มีการแจ้งค่าบริการก่อนการบริการเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และราคาค่าบริการต่อรองกันได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.18 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของช่องทางการจัดจำหน่ายการบริการ ได้แก่ ทำเลของร้านหาง่าย ไปมาสะดวกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือ สามารถจองคิวบริการได้ล่วงหน้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 มีช่องทางติดต่อร้านค้าได้หลายทางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และสามารถหาข้อมูลร้านค้าออนไลน์ในคอมพิวเตอร์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.07 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีป้ายบอกประเภทของการบริการติดอยู่หน้า / ในร้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือมีการลดราคาสำหรับลูกค้าประจำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 มีการแจ้งบริการใหม่ให้ลูกค้ารับทราบอยู่เสมอและมีการลดราคาสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการหลายอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เท่ากัน และมีการแถมบริการพิเศษมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.40 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของกระบวนการบริการ ได้แก่ การให้บริการตามลำดับลูกค้าที่มาใช้บริการก่อนหลังมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.43 รองลงมาคือการให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว ชำนาญงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และการให้บริการมีขั้นตอนที่เป็นมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.42 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของบุคลากรผู้ให้บริการ ได้แก่ ช่างทำผมมีความรู้ ความชำนาญ ในการทำผมเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือ ช่างทำผมและพนักงานอื่นๆ มีอัธยาศัยและกิริยามารยาทที่ดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ช่างทำผมและพนักงานอื่นๆ แต่งกายเหมาะสมสะอาด เรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ช่างทำผมสามารถให้คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 พนักงานทุกคนยินดีให้บริการตามคำร้องขอของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ช่างทำผมและพนักงานอื่นๆ ทำงานประสานกันอย่างคล่องแคล่ว เชี่ยวชาญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

ด้านสภาวะทางกายภาพของการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.36 โดยมีรายละเอียดข้อย่อยของสภาวะทางกายภาพของการบริการ ได้แก่ ร้านทำผม และอุปกรณ์การทำผมสะอาดถูกสุขอนามัยมีค่าเฉลี่ย

สูงสุดเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ร้านทำผมมีวัสดุเครื่องใช้ เช่น ผ้าขนหนู กิ๊บ โรล อยู่ในสภาพดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ร้านทำผมมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย / อยู่ในสภาพดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ร้านทำผมมีจำนวนเก้าอี้นั่งทำผมพอเพียงต่อจำนวนลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ร้านทำผมมีบริเวณจัดเป็นสัดส่วนเหมาะกับการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ร้านทำผมมีลักษณะสวยงาม ทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามลำดับ

5.4 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันโดยใช้สถิติ t-test พบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดมีความแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ และสภาวะทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดมีความแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ และบุคลากรผู้ให้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันโดยใช้สถิติ F test พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันในภาพรวม และไม่แตกต่างกันในรายด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ F test พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการ และสภาวะทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ F

test พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันในภาพรวม และไม่แตกต่างกันในรายด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน โดยใช้สถิติ F test พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อทดสอบเป็นรายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และสภาวะทางกายภาพ

5.5 อภิปรายผลการวิจัย

5.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

สตรีที่ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมมักเน้นสตรีในวัยสาว ต้องดำเนินชีวิตประจำวันอยู่ในสังคม เช่น การไปเรียน การไปทำงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีบุคลิกภาพที่ดี สวยงาม อยู่ในแฟชั่นสมัยนิยม เพื่อการยอมรับจากสังคมที่แวดล้อม เนื่องด้วยการใช้บริการแต่งผมในร้านทำผมจะต้องมีค่าใช้จ่ายจำนวนหนึ่ง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จึงมักอยู่ในวัยทำงาน โสดไม่มีภาระครอบครัว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นหลักแหล่งซึ่งเป็นที่มาของรายได้ประจำคือ ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการพนักงานของรัฐ หรือ นักเรียน นักศึกษาที่มีสถานะทางเศรษฐกิจพอสมควร

5.5.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการ

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมหรือโกรกผมเป็นที่นิยมใช้บริการสูงสุด เพราะผู้ให้บริการจำนวนหนึ่งต้องการปรับบุคลิกภาพให้สวยงามตามสมัยนิยม เช่น ผมสี ไล่เป็นแนวแฟชั่นที่สาวออฟฟิศนิยมทำสีกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง การทำผมสีอ่อนลงจะช่วยลดความเข้มของใบหน้าลงได้ และผู้ให้บริการที่เป็นสตรีวัยกลางคนจนถึงวัยสูงอายุต้องการปกปิดผมขาวเพื่อให้ดูอ่อนวัยกว่าความเป็นจริง นอกจากนั้น การบริการแต่งผมบางประเภท เช่น อบไอน้ำ คัด ยืดผม ต้องอาศัยอุปกรณ์เครื่องมือตลอดจนฝีมือช่าง ซึ่งผู้ให้บริการไม่สามารถทำเองหรือวานผู้ใกล้ชิดช่วยทำไม่ได้ จึงต้องใช้บริการจากร้านทำผม

แม้การแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติบางอย่างสามารถทำเองได้ง่ายที่บ้าน เช่น การย้อมผม แต่การใช้บริการในร้านทำผมด้วยช่างฝีมือดีทำได้สวยงาม เป็นเหตุผลหลักในการใช้บริการ เพราะทรงผมเป็นสิ่งเชิดชูบุคลิกภาพที่ปรากฏแก่สายตาสังคมเป็นอันดับแรกพร้อมกับหน้าตา รูปร่าง การปรับแต่งผมไม่สามารถทำได้อย่างรวดเร็วเท่ากับการเปลี่ยนเสื้อผ้า นอกจากนั้นสารเคมีและสารธรรมชาติส่งผลกระทบต่อสภาพเส้นผมและหนังศีรษะซึ่งถ้าหากการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติทำโดยช่างผู้ชำนาญการย่อมเป็นการรับประกันถึงผลลัพธ์ที่ดี คู่มากับเวลา ค่าใช้จ่าย และการเดินทางมาทำผมที่ร้านมากกว่าการทำเองที่บ้าน

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมเป็นจำนวนเงินค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการตัด หอย สระ ใดผมซึ่งเป็นการบริการพื้นฐานในร้านทำผม เนื่องจากต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนของวัสดุสารเคมีหรือสารธรรมชาติที่ต้องใช้นอกเหนือจากค่าแรงช่าง และค่าใช้จ่ายใส่หุ้ยอื่น ๆ เช่น ครีมย้อมผม น้ำยาคัดผม น้ำยายืดผม ฯลฯ วัสดุสารเคมีหรือสารธรรมชาติเหล่านี้มีราคาอยู่หลายระดับ และส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่งผมโดยตรง ในร้านทำผมส่วนใหญ่จะมีวัสดุสารเคมีเหล่านี้หลายระดับราคาให้เลือก แต่ร้านทำผมชั้นสูง เช่น ร้านทำผมในห้างสรรพสินค้า มักจะใช้วัสดุสารเคมีราคาสูง เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะจมาใช้บริการที่มีคุณภาพตามที่ตนต้องการโดยยินยอมจ่ายเงินค่าใช้บริการในจำนวนสูง และร้านทำผมเล็ก ๆ ที่ตั้งอยู่ในชุมชน และมีจำนวนเก้าอี้ทำผม 2 – 3 ตัว ส่วนใหญ่ยินดีบริการแต่งผมด้วยสารเคมีที่ลูกค้านำมา และได้ค่าบริการเฉพาะค่าแรงเท่านั้น

ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในเขตกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ไม่แน่นอน เพราะการบริการบางอย่างทำพร้อมกันทันทีไม่ได้ เช่น การย้อมและการตัดผม ทำให้ต้องมาทำผมในช่วงเวลาห่างกันราว 1 สัปดาห์เพื่อสุขภาพที่ดีของเส้นผม นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการบางคนที่มีความจำเป็นต้องออกงานสังคมอาจเลื่อนเวลาการใช้บริการให้ดีขึ้นเป็นครั้งคราวตามสถานการณ์ เป็นที่น่าสังเกตว่าสตรีที่มีช่วงอายุสูงขึ้นมักจะต้องทำสีผมถี่ขึ้น เนื่องด้วยสภาพเส้นผมที่หงอกขาวจะมีจำนวนมากขึ้น การปกปิดผมขาวจึงต้องทำบ่อยครั้งขึ้นกว่าเมื่อมีอายุน้อยในช่วงวัยสาว

เวลาในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผม มักจะเป็นช่วงเย็นของวันหยุด หรือช่วงที่เลิกงานแล้ว เพราะการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน ผู้ใช้บริการจึงมักเลือกช่วงเวลาว่างจากภาระการงานดังจะเห็นได้จากช่วงวันหยุดจะเป็นเวลาที่ผู้บริหรการนิยมเข้าร้านทำผม และจากความหนาแน่นของลูกค้าในร้านทำผมช่วงวันหยุด ผู้ใช้บริการบางคนจึงเปลี่ยนมาใช้ช่วงเย็นของวันธรรมดาบ้าง

สถานที่ตั้งของร้านทำผมที่ผู้บริหรการส่วนใหญ่นิยมคือ ร้านทำผมที่อยู่ใกล้บ้าน ซึ่งมักจะเป็นร้านเล็ก ๆ มีช่างประจำที่ให้บริการกันมานานจนรู้จักกัน และการที่เลือกร้านทำผมใกล้บ้านเพราะสะดวกไม่ต้องขับรถ หาที่จอดรถ และร้านทำผมในลักษณะนี้มักคิดค่าใช้จ่ายไม่แพงมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการบางส่วนเลือกร้านทำผมในห้างสรรพสินค้าเพราะสามารถทำธุระอย่างอื่นได้ด้วย ร้านทำผมในห้างสรรพสินค้ามักตกแต่งอย่างสวยงามน่าเข้าใช้บริการหรือเป็นสาขาของร้านทำผมที่มีชื่อเสียงและห้างสรรพสินค้ามีที่จอดรถอำนวยความสะดวก แม้ว่าร้านทำผมเหล่านี้มักคิดราคาค่าบริการแพงกว่าร้านทำผมตามถนนในประเภทของบริการแบบเดียวกัน

ผู้มีอิทธิพลในการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติที่พบมากที่สุด คือ ตัวผู้ให้บริการเอง เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพส่วนบุคคลและรสนิยมส่วนตัว แม้คนรอบข้างใกล้ชิด เช่น ญาติพี่น้องเพื่อนฝูงอาจให้คำแนะนำหรือชักจูงได้บ้างก็ตาม

5.5.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่ผู้ให้บริการให้ระดับความสำคัญสูงสุด คือ บุคลากรผู้ให้บริการ เพราะฝีมือช่างที่ดีสามารถปรับแต่งบุคลิกลักษณะของผู้ใช้บริการให้ดูทันสมัย อ่อนเยาว์ ภูมิฐาน ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มักจะจองช่างผู้ให้บริการ และยึดติดอยู่กับช่างเจ้าประจำเป็นเวลานาน ซึ่งช่างฝีมือดีจะสามารถแก้ปัญหาให้แก่ผู้ให้บริการ เช่น ผู้ให้บริการสูงวัยที่ผมหงอกยาวเร็วต้องยอมสืงใน ช่วงเวลาสั้นเพียง 10 วัน – 2 สัปดาห์ ช่างจะใช้วิธีย้อมเฉพาะที่โคนผมซึ่งหงอกขึ้นมาเป็นสีขาว วิธีนี้จะช่วยให้ผู้ให้บริการไม่ต้องสัมผัสกับสารเคมีย้อมผมบ่อยครั้ง และยังช่วยประหยัดค่าบริการได้บางส่วน ผู้ให้บริการที่รักสวยรักงามต้องการทำสีมากกว่า 1 สี ช่างที่มีฝีมือจะสามารถไฮไลน์เป็นส่วนได้อย่างสวยงามอย่างที่ไม่สามารถทำเองที่บ้านได้ ผู้ให้บริการแต่งผมหลายอย่าง เช่น ย้อมและตัด ย้อมและยืดผม ตัดและซอยแต่งทรง ซอยและย้อมทำสียังต้องอาศัยช่างที่มีฝีมือซึ่งช่วยให้คำแนะนำก่อนการตัดสินใจใช้บริการได้เป็นอย่างดี

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญรองลงมาเป็นอันดับสอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานที่มีเวลาว่างจำกัด เมื่อใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติจึงต้องการการปฏิบัติการบริการที่เป็นระบบ จัดลำดับการบริการให้ลูกค้าก่อนหลังอย่างเป็นธรรม

สภาวะทางกายภาพ เป็นส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม แม้ร้านทำผมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้บริการจะเป็นร้านขนาดเล็กอยู่ในละแวกชุมชนใกล้บ้าน แต่ผู้ให้บริการจะพึงพอใจร้านและอุปกรณ์การทำผมที่สะดวกถูกสุขอนามัย วัสดุเครื่องใช้ในร้านอยู่ในสภาพดีไม่เก่าแก่มีสภาพชำรุด อย่างไรก็ดี ที่จอดรถไม่ได้มีระดับความสำคัญมากเท่าสภาพของร้าน และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพราะเป็นส่วนเสริมอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าผู้ให้บริการ รวมทั้งสาเหตุจากร้านทำผมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการที่สุดคือ ร้านทำผมใกล้บ้าน ซึ่งอาจเดินไปรับบริการโดยไม่จำเป็นต้องขับรถเลย

ผลิตภัณฑ์การบริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับสี่ กลุ่มตัวอย่างเข้ามาใช้บริการที่ร้านแม้จะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เพราะหวังผลลัพธ์ให้ได้ผมสวยตรงกับความต้องการจากช่างมี

ฝีมือของร้านทำผม อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสุขภาพผมและหนังศีรษะหลังใช้ด้วย เพราะการใช้สารเคมีหรือสารธรรมชาติมักมีผลกระทบต่อเส้นผมในระยะยาว เช่น การข้อม ดัด ยืดผม จะทำให้ผมแห้ง หยิบกระด้าง ยิ่งถ้าใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำยิ่งจะทำให้ผมเสียมากขึ้น ผู้ใช้บริการบางคนแพ้สารเคมีที่ใช้จนหนังศีรษะเป็นแผลหรือเกิดการหนังศีรษะลอก ผู้ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติจึงต้องพิถีพิถันในการเลือกใช้บริการมากกว่าการตัด ซอย ไดรผมซึ่งเป็นบริการพื้นฐาน แต่บริการเสริมของร้านทำผมเป็นสิ่งที่ผู้บริการให้ความสำคัญไม่มากและบริการเสริมส่วนใหญ่ที่ร้านทำผมคือการมีนิตยสารต่าง ๆ วางไว้ให้อ่านฆ่าเวลาในการรอคอย หรือกระบวนการบริการนั้นที่ใช้เวลาดำเนินการนาน

ราคาค่าบริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่ผู้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับห้า แม้ราคาค่าบริการของการแต่งผมด้วยสารเคมีและร้านธรรมชาติจะค่อนข้างสูง แต่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายเพื่อให้ได้คุณภาพการบริการที่เหมาะสม เพราะผลลัพธ์ของการบริการต่อเนื่องนานนับเดือนและส่งผลกระทบต่อคุณภาพ ตลอดจนสุขภาพเส้นผมและหนังศีรษะของผู้บริการด้วย โดยส่วนใหญ่ราคาค่าบริการของร้านทำผมแห่งหนึ่ง ๆ จะเป็นมาตรฐานจนกว่าจะมีประกาศปรับราคา จึงมักไม่มีการต่อรองราคา (หากใช้บริการเพียงอย่างเดียว)

การส่งเสริมการตลาดเป็นส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่ผู้บริการให้ความสำคัญเป็นอันดับหก การมีป้ายบอกประเภทของบริการติดอยู่หน้า / ในร้านทำให้ลูกค้าสนใจเข้ามาใช้บริการซึ่งป้ายนี้จะบอกราคาค่าบริการด้วย เนื่องจากการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติมีหลายระดับราคา แล้วแต่คุณภาพของวัสดุสารที่ใช้และระดับราคาที่ร้านทำผมนั้นกำหนด เช่น ใช้ยาข้อมผมของ Shishedo หรือร้านตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าใหญ่ ตกแต่งร้านอย่างสวยงามย่อมมีราคาค่าบริการแพง ระดับราคาการบริการช่วยเหลือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของร้านไปด้วยในขณะเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การลดราคาเป็นที่สนใจของลูกค้าไม่น้อย เพราะเมื่อใช้บริการบ่อยครั้งหรือใช้บริการหลายประเภทย่อมส่งผลถึงค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องงบประมาณไว้

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่ผู้บริการให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย เพราะจากพฤติกรรมของผู้บริการที่มักเลือกร้านใกล้บ้านซึ่งอยู่ในชุมชน ร้านทำผมลักษณะมีอยู่เป็นจำนวนมากและมีขนาดเล็ก ผู้บริการบางรายอาจใช้วิธีการโทรจองคิวล่วงหน้าเพราะการให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติใช้เวลานานจึงต้องวางแผนเรื่องเวลาโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มคนทำงานซึ่งมีเวลาจำกัด แม้ในปัจจุบันวิทยาการคอมพิวเตอร์จะเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย แต่การเลือกร้านทำผมมักจะใช้ความสะดวกจากทำเลที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานจากความคุ้นเคยมากกว่าแสวงหาข้อมูลติดต่อสื่อสารกันทางอินเทอร์เน็ต

5.5.4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

ผู้ให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในภาพรวม และรายด้านทุกด้านยกเว้นด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากสตรีข้ามเพศจะให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์และบุคลิกภาพของตนเป็นอย่างมาก รักสวยรักงามและพิถีพิถันในการดูแลตนเองเป็นอย่างมากกว่าสตรีทั่วไปจึงให้ความสำคัญกับรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างจากสตรีทั่วไป ยกเว้นด้านช่างทำผมซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญสูงมากทุกคน

ผู้ให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในภาพรวม และแตกต่างในด้านการส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริการ และบุคลากรผู้ให้บริการ กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มักจะทำผมเป็นทรง ผู้ใหญ่ที่ต้องอาศัยการข้อม การตัด การเช้ทผมเป็นรูปทรงที่ภูมิฐานสมัย และมักใช้บริการเป็นประจำที่ได้สิทธิพิเศษในการบริการหรือลดราคาอย่างเป็นกันเอง เนื่องจากใช้บริการมานาน ผู้ให้บริการในกลุ่มนี้บางส่วนไม่ได้ทำงานแล้ว จึงไม่สนใจกระบวนการที่ต้องรวดเร็วมีมาตรฐานมากเท่าผู้อยู่ในวัยทำงานที่มีเวลาจำกัด แต่สนใจผลลัพธ์ที่ดีและยึดมั่นในตัวบุคลากรผู้ให้บริการเป็นอย่างมาก เนื่องจากความคุ้นเคยและรู้จักกันมานาน นอกจากนั้นผู้ให้บริการอายุ 31 – 40 ปี จะให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากวัย 41 – 50 ปี เพราะวัย 41 – 50 ปี เริ่มมีปัญหาในการทำผมจึงพยายามแสวงหาบริการที่ดี เช่น ใช้บริการข้อมผมด้วยสมุนไพรเพื่อลดการสัมผัสสารเคมีที่มีการสะสมบนผมและหนังศีรษะระยะยาว บำรุงผมด้วยการอบไอน้ำเพื่อให้เกล็ดผมเปิดจนสามารถรับสารธรรมชาติสามารถซึมลึกบำรุงผมได้เป็นอย่างดี

ผู้ให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน เพราะส่วนใหญ่ที่เป็นโสดมักจะสนใจดูแลตนเองเพื่อประโยชน์ด้านการเข้าสังคม และสามารถใช้จ่ายได้สำหรับการดูแลตนเองเต็มที่โดยไม่มีภาระ ส่วนกลุ่มที่สมรสแล้วจะต้องดูแลตัวเองให้ดูดีเพื่อให้คู่สมรสของตนพอใจและนิยมเข้าร้านทำผมเพื่อผ่อนคลายอารมณ์จากภาระงานและงานบ้าน

ผู้ให้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในภาพรวมและแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์การบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสภาวะทางกายภาพ โดยที่ผู้ให้บริการที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีแตกต่างจากผู้ให้บริการที่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีในการเลือกใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติที่มีคุณภาพ ใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงไม่ทำให้ผมเสียแห้งกรอบแตกปลายและไม่ทำอันตรายต่อหนังศีรษะ เพราะ

ผู้มีการศึกษาสูงมักมีกำลังซื้อที่ดี แต่มีเวลาว่างจำกัดจึงต้องการความสะดวกจากร้านที่ใกล้บ้าน ชอบกระบวนการบริการที่รวดเร็วมีมาตรฐาน และเชื่อมั่นว่าช่างทำผมที่มีฝีมือจะให้บริการที่มีผลลัพธ์คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายและเวลาที่ใช้ สำหรับสภาวะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาดำเนินการสูงกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีจะให้ความสำคัญแตกต่างกัน เพราะผู้มีการศึกษาสูงมักสนใจเรื่องสุขภาพอนามัยมากกว่าจึงต้องการร้านทำผมที่สะอาดสะอ้านรวมทั้งมีวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือที่อยู่ในสภาพดี

ผู้ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน เพราะการบริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติที่มีคุณภาพ ใช้วัสดุสารเคมีที่มีคุณภาพสูงมีราคาบริการที่ใกล้เคียงกัน หากผู้ใช้บริการที่ต้องการการบริการที่มีคุณภาพดีต้องยินดีจ่ายค่าบริการในราคานี้

ผู้ใช้บริการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติในร้านทำผมในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดและแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันจะมีภาระการงาน เวลาว่าง ความจำเป็นในการปรุงแต่งบุคลิกภาพ งบประมาณการแต่งผมที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องการความสะดวกในระดับที่แตกต่างกัน เช่น อาชีพอิสระจะมาใช้บริการในช่วงกลางวันของวันธรรมดาได้ เลือกร้านมีฝีมือดีที่อยู่ห่างไกลได้ในขณะที่พนักงานบริษัททำไม่ได้และอาจต้องจองคิวล่วงหน้าเพื่อประหยัดเวลาในการรอคอย อาชีพที่แต่งตัวตามแฟชั่นตามสังคมหรือกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ เช่น พนักงานบริษัทต้องการอยากรับรู้การบริการประเภทใหม่ที่จะช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของตนมากกว่าอาชีพอิสระ

5.6 ข้อเสนอแนะ

5.6.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

- 1) ช่างทำผมควรพัฒนาทักษะฝีมืออย่างต่อเนื่อง ด้วยการเข้ารับการอบรมแบบ Work Shop ที่บริษัทขายวัสดุเคมีย้อมสี คัด ยัด เปิดอบรมเป็นระยะเพื่อทำการส่งเสริมการขาย การเรียนรู้เทคนิคใหม่ๆ จะช่วยเพิ่มพูนทักษะให้ช่างมีความสามารถในการทำผมที่ทันสมัย ไม่จำกัดกับวิธีการและรูปแบบเดิมๆ
- 2) กระบวนการแต่งผมด้วยสารเคมีและสารธรรมชาติใช้เวลานาน และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีผลต่อสุขภาพผมและหนังศีรษะ จึงควรมีกระบวนการบริการที่เป็นมาตรฐาน ไม่ควรรวมการบริการที่มีผลกระทบทางลบต่อกัน เช่น ย้อมและตัดพร้อมกัน เพียงเพื่อหวังรายได้จากลูกค้า
- 3) ร้านทำผมที่เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าต้องสะอาด เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ต้องผ่านการทำความสะอาดและอยู่ในสภาพดี ไม่ว่าร้านนั้นจะเป็นเพียงร้านทำผมขนาดเล็ก อยู่ในชุมชน ตั้งอยู่ริม

ถนน ใช้อุปกรณ์ธรรมดาราคาถูก หรือเป็นร้านทำผมสวยงามหรูหราบนห้างสรรพสินค้าก็ตาม เพราะสุขภาพของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงเสมอ

4) วัสดุเคมีหรือสารธรรมชาติที่ใช้เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงเข้าใช้บริการในร้านทำผมที่คิดค่าบริการราคาสูงจะไม่สนใจใช้วัสดุเคมีราคาถูก แต่จะใช้สินค้าที่มีตราหือที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ อย่างไรก็ดี ต้องไม่ละเลยที่จะทดสอบการแพ้สารเคมีเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า

5) เวลาการเปิดบริการของร้านทำผมควรเอื้ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งในกรณีนี้ร้านทำผมที่ตั้งอยู่นอกศูนย์กลางการค้าจะมีช่วงเวลาการบริการที่ยืดหยุ่นกว่าร้านทำผมที่อยู่ในห้าง ดังนั้น บางร้านทำผมอาจเปิดช่วงบ่ายถึงดึกเพื่อตอบสนองลูกค้าที่ต้องการใช้บริการช่วงเลิกงานเพื่อเลี้ยงคิวยาวในวันหยุด

5.6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาร้านทำผมที่ให้บริการเฉพาะ เช่น คลินิกปลูกผม ร้านสระได้ ร้านทำผมที่เน้นเฉพาะการใช้สมุนไพรเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการและระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้าประเมินให้

2) ควรศึกษาพฤติกรรมการแต่งผมด้วยตนเองของผู้บริโภค เช่น การม้วน การย้อมสี เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาดของวัสดุอุปกรณ์การแต่งผมด้วยตนเอง