

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรคือ ผู้ใช้บริการเสริมความงามเล็บที่เคยใช้บริการร้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 271 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบ โคลด้า แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุ 21-30 ปี การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท โดยบริการที่ใช้ในร้านเสริมความงามเล็บมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ ทำสีเล็บ ตัดแต่งเล็บมือ ฟันที่ลวดลายเล็บมือ ตัดแต่งเล็บเท้า และทำสีเล็บเท้า ตามลำดับ พฤติกรรมการใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำ ใช้บริการมากกว่า 3 เดือน ต่อ 1 ครั้ง ไม่สามารถระบุวันที่ใช้บริการร้านเสริมความงามได้อย่างชัดเจน โดยใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 - 21.00 น. ระยะเวลาในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้งเป็นเวลา 31 นาที - 1 ชั่วโมง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเฉลี่ยต่อครั้ง ค่าทำสีเล็บทั้งหมด (ทาสีเล็บอย่างเดียว ไม่ฟันที่ลวดลาย) น้อยกว่า 100 บาท ค่าฟันที่สีเล็บทั้งหมด 100 - 200 บาท ค่าทำสปา 300 - 600 บาท ค่าต่อเล็บทั้งหมดน้อยกว่า 500 บาท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร

กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ ราคา ผลิตภัณฑ์ สถานที่ให้บริการ และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกในแต่ละปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเสริมความงามเล็บในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปรากฏผลดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ช่างทำเล็บฝีมือดีมีความประณีตและชำนาญ ช่างทำเล็บมีบุคลิกภาพที่ดีสะอาด พูดยาไพเราะ และช่างทำเล็บสามารถแนะนำบริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้าตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การต้อนรับลูกค้าอย่างเป็นกันเองและการอำนวยความสะดวก กระบวนการชำระเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง และกระบวนการให้บริการมีความรวดเร็ว ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ สถานที่ให้บริการและอุปกรณ์มีความสะอาด อุณหภูมิของร้านมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้าน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ มีป้ายบอกราคาชัดเจน และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นๆ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีสีทาเล็บให้เลือกเฉดสีจำนวนมาก สีทาเล็บมีคุณภาพ เหนียวไม่ผิ่ดเพี้ยนง่าย และมีแบบหรือลวดลายทำเล็บหลากหลาย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ได้แก่ สถานที่ตั้งจอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ สถานที่ตั้งเดินทางสะดวก การจราจรไม่ติดขัด และสถานที่ตั้งใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานขาย (ช่างทำเล็บ) ทราบถึงความต้องการของลูกค้า มีโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ และมีการสมัครสมาชิกของร้านเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ ตามลำดับ

This independent study aims to study marketing mix factors affecting customer decision towards selecting nail beauty salon services in Mueang Chiang Mai District. The samples were customers who had used nail beauty salon services in Mueang Chiang Mai District. The instrument used in this study was questionnaire gathered from 271 customers by quota random sampling. The data was analyzed descriptively and statistics used are frequency, percentage and average.

The findings found that customers were single female, age from 21 to 30 years. They were students and their highest education level was bachelor degree. Furthermore, the monthly average income of customers exceeded 10,000 Bath. The customers used five kinds of services which were nail colouring, hand nail cutting, hand nail painting, foot nail cutting and foot nail colouring. By analyzing consumers behavior, it is found that most of customers did not have the most favorite beauty salon. They also used services from 6.01 p.m. to 9.00 p.m. and spent time approximately 31 minutes to 1 hour. The average cost for the services of all nails colouring (no painting) is less than 100 Bath, all nails painting is from 100 to 200 Bath, nails spa is from 300 to 600 Bath, and artificial all nails is less than 500 Bath.

The marketing mix factors affecting customer decision towards selecting nail beauty salon ranged from average mean score which were people, process, physical evidence and presentation, price, products, place and promotion factors.

There were three minor factors from each major factor which affected selecting nail beauty salon service as follow:

People factor which were nail dressers were skilled, good personality clean and nice talking and they could suggest the right products.

Process factors which were nice hospitalities, accurate and fast paying and service process was fast.

Physical evidence and presentation factors which were place and instruments were clean, good temperature and facilities provided.

Price factors which were reasonable for the quality of service, price sign provided and the price was cheaper than other places.

Product factors which were various shades of nail color, good quality and true color and various figures and designs.

Place factors which were convenient parking, easy to access avoid traffic and location near habitation or office.

Promotion factors which were the staff who understood customers, special promotion in festival and holidays and membership to get privilege.