



การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม
ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
BEAUTY SALON USERS' DECISIONS AND BEHAVIORS
IN MAUNG DISTRICT, NONTHABURI

ภัทรเดช วิบูลย์จันทร์
PATTARADEJ VIBUNJAN

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2558



การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม
ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
BEAUTY SALON USERS' DECISIONS AND BEHAVIORS
IN MAUNG DISTRICT, NONTHABURI

ภัทรเดช วิบูลย์จันทร์
PATTARADEJ VIBUNJAN

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
ชื่อ นามสกุล	นายภัทรเดช วิบูลย์จันทร์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชาและคณะ	การจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจ (3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ (4) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่าง การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรใช้สถิติครอสแท็บ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บริการอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 400 คนพบว่า ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ต่ำกว่า 500 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจ เข้าใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน เข้าใช้บริการในช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น.) ใช้ระยะเวลา 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และชำระด้วยเงินสด

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามที่ต่างกััน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม

คำสำคัญ : สถานเสริมความงาม / ส่วนประสมทางการตลาดบริการ / พฤติกรรมผู้บริโภค



Independent Study Title	Beauty Salon Users' Decisions and Behaviors in Maung District, Nonthaburi
Author	Mr. Pattaradej Vibunjan
Degree	Master of Business Administration (M.B.A.)
Field Study	Management
Academic Year	2015

ABSTRACT

The study on beauty salon users' decisions and behaviors in Maung district, Nonthaburi was aimed to (1) investigate the beauty salon users' personal factors, (2) explore their decision levels, (3) look into their behaviors, (4) compare the decision levels according to the personal factors, and (5) examine the relationship between the personal factors and the behaviors. The samples in this study were 400 beauty salon users' selected through non purposive sampling nonprobability sampling and quota sampling. The questionnaire was administered to obtain data and the statistics used to analyze the data were frequency distribution, percentage distribution, mean, standard deviation, t-test and One-way ANOVA. Cross-Tabulation was applied using statistical package for social science.

The study results revealed that most of the samples were single females ranging from 20 to 30 years of age, holding bachelor degrees. Most of them were employed by companies with the average income salaries ranging from 5,000 to 10,000 Baht. The data analysis indicated that the decision level towards marketing mix factors of the 400 beauty salon users was high; and in terms of their behaviors concerning the use of the beauty salon showed that they went to the salon mostly to have their cut and set with the minimum of 500 baht payment. The purpose of going there twice to three times per month was to promote their personality and gain more

confidence. They normally went there in the evening (from 4 pm. – 7.00 pm.) spending one to two hours and paying with cash.

The personal factors of the beauty salon users affected the level of decisions made to go to different beauty salons.

The personal factors of the beauty salon users related to the behaviors of the beauty salon use.

Key words: Beauty Salon /Service Marketing Mix / Customer Behaviors



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความสามารถจาก บุคคลสำคัญหลายท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์

ขอขอบพระคุณ ดร.ณัฐชา อ่างงาโชติ ที่ได้แนะนำแนวทาง กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และ ดร.ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี ที่ได้สละเวลาอันมีค่าและให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ พ.อ.ธีรศ วิบูลย์จันทร์ และคุณวิชกมล วิบูลย์จันทร์ ที่เป็นแรงผลักดันและให้การสนับสนุนเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

ขอขอบคุณ คุณพิไลวรรณ พันธุ์เพ็ง สำหรับการแนะนำและให้ความช่วยเหลือในทุกๆ อย่างในการวิจัยครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ อันพึงเกิดจากการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้ ข้าพเจ้าขอมอบไว้ให้คุณบิดามารดา ครูบาอาจารย์ และครอบครัว รวมไปถึงมิตรสหายที่ให้การช่วยเหลือข้าพเจ้า ซึ่งเป็นที่สุดของคุณงามความดีทั้งหลายที่ได้เกิดแก่ชีวิตของข้าพเจ้า

ภัทรเดช วิบูลย์จันทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ต
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวความคิด	4
1.5 สมมติฐานการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเสริมความงาม	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย	12
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย	38
3.1 การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	38
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	47
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	50
4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	57
4.4 ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการทดสอบสมมติฐาน	61
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	142
5.1 บทสรุปและอภิปรายผลการวิจัย	142
5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้	167
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	170
บรรณานุกรม	171
ภาคผนวก	174
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	180

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ประเภทของธุรกิจการบริการ	30
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	47
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงาม ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	50
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	57
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1	61
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2	62
4.6 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ	64
4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3	65
4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4	67
4.9 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา	69
4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.11 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ	73
4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6	76
4.13 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	77
4.14 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม ของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด	82
4.15 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม ของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ เท่าไร	83
4.16 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม ของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามต้องการเข้าใช้บริการ สถานเสริมความงามเพราะเหตุใด	84
4.17 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม ของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด	86
4.19 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามต่อครั้งใช้เวลานานเท่าไร	87
4.20 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด	88
4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	89
4.22 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)	90
4.23 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.24 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)	94
4.25 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)	95
4.26 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)	97
4.27 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)	98
4.28 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.29 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)	101
4.30 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)	102
4.31 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)	103
4.32 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)	104
4.33 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.34 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)	107
4.35 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)	108
4.36 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)	109
4.37 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)	110
4.38 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
<p>4.39 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)</p>	120
<p>4.40 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)</p>	114
<p>4.41 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระค่าบริการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)</p>	115
<p>4.42 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)</p>	117
<p>4.43 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)</p>	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.44 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)	120
4.45 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)	122
4.46 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)	124
4.47 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)	125
4.48 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระราคาค่าบริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
<p>4.49 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)</p>	128
<p>4.50 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)</p>	130
<p>4.51 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)</p>	132
<p>4.52 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)</p>	134
<p>4.53 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)</p>	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.54 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)	138
4.55 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)	140
5.1 สรุปข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี	143
5.2 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1	148
5.3 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2	153
5.4 ลักษณะผู้ใช้บริการแยกตามธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แต่ละประเภท เรียงตามลำดับผู้ใช้บริการมาก - น้อย	169

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 กรอบแนวความคิด	4
2.1 ส่วนประกอบพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	19
2.3 แสดงความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดบริการ	25



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความงามเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนปรารถนามาตลอดทุกยุคทุกสมัย จึงทำให้มนุษย์มีความต้องการให้เกิดความงามในตนเอง จึงทำให้เกิดธุรกิจประเภทสถานเสริมความงามขึ้นสามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ ตามธรรมชาติแล้วมนุษย์เพศหญิงจะมีความต้องการความงามมากกว่าเพศชาย จึงทำให้ธุรกิจประเภทสถานเสริมความงามมีกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ในประเทศไทยธุรกิจประเภทสถานเสริมความงามมีร้านเปิดให้บริการอยู่อย่างแพร่หลายไม่ว่าจะเป็นในชุมชน หมู่บ้าน ตลาด และห้างสรรพสินค้าทุกแห่งจะต้องมีสถานเสริมความงาม

ธุรกิจประเภทสถานเสริมความงามมีการพัฒนารูปแบบธุรกิจและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วเพิ่มขึ้นถึง 10% จากธุรกิจโดยรวมของประเทศในเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมาจากสถิติกรมพัฒนาธุรกิจกระทรวงพาณิชย์ อาจเกิดจากปัจจัยในหลายๆ ด้าน เช่น ความเจริญทางด้านแฟชั่น ด้านสุขภาพร่างกาย ผู้คนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพกายและผิวพรรณมากขึ้น ซึ่งในจังหวัดนนทบุรีมีสถานเสริมความงามเกิดขึ้นมาก เนื่องจากจังหวัดนนทบุรีมีประชากรอาศัยอยู่มาก โครงการหมู่บ้านจัดสรรเกิดขึ้นใหม่มากมาย การเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่และศูนย์การค้าชั้นนำของประเทศ การคมนาคมที่มีความสะดวกมากยิ่งขึ้นจากการสนับสนุนการพัฒนาช่องทางคมนาคมของรัฐบาล เช่น รถไฟฟ้าสายสีม่วง การเชื่อมต่อทางด่วน ทำให้เกิดความต้องการทางด้านความงามมากขึ้นและมีพฤติกรรมในการใช้บริการสถานเสริมความงามอย่างหลากหลาย ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยทำธุรกิจประเภทสถานเสริมความงามด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาวิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้เหมาะสมและสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

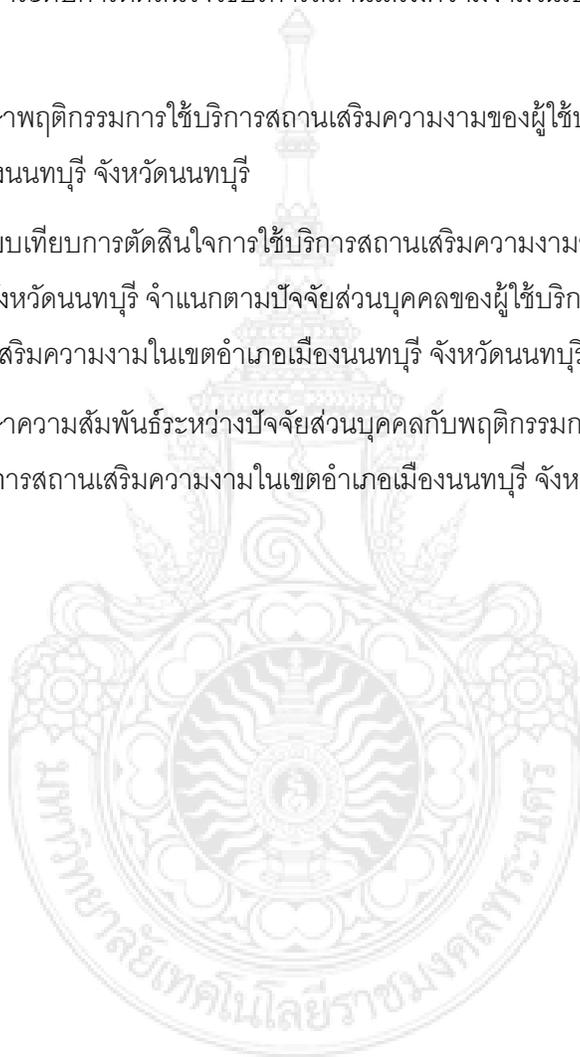
1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจการให้บริการสถานเสริมความงามของผู้ให้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี



1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความรู้เกี่ยวกับสถานเสริมความงามและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

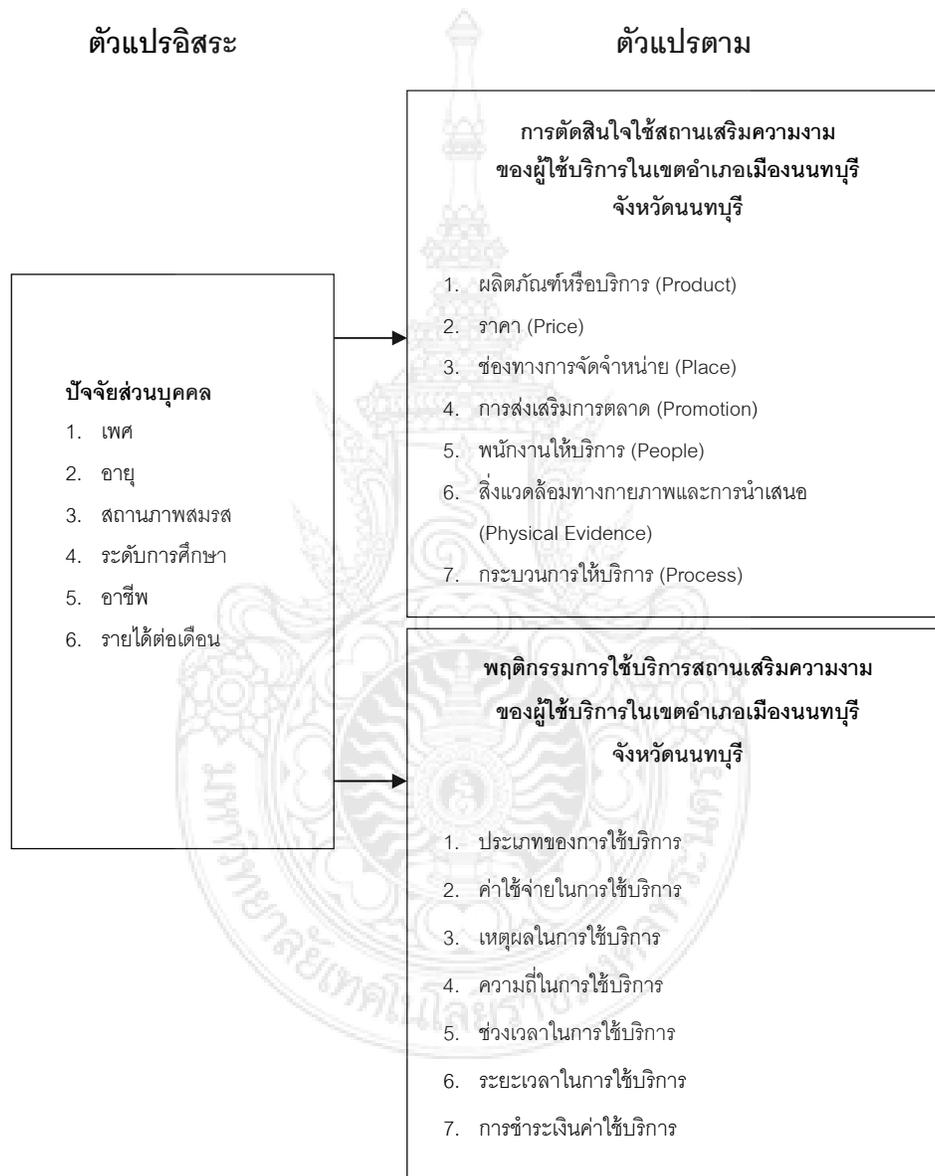
ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ.2558 – มีนาคม พ.ศ.2558

1.3.4 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

- ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
- ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี และพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.4 กรอบแนวความคิด

ภาพ 1.1 กรอบแนวความคิด



1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

1.5.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 นำผลการวิจัยวิจัยที่ได้ไปใช้ปรับปรุง แก้ไขให้เหมาะสมกับธุรกิจสถานเสริมความงาม หรือธุรกิจบริการอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

1.6.2 นำข้อมูลจากการวิจัยวิจัยที่ได้มาใช้ในการวางแผนทางธุรกิจในการพัฒนาธุรกิจสถานเสริมความงาม และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

1.6.3 นำผลการวิจัยที่ได้มาเผยแพร่แก่ผู้ที่ต้องการข้อมูลในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจสถานเสริมความงาม เพื่อวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง การเลือกเข้ารับบริการสถานเสริมความงามที่ผู้ใช้บริการพอใจหรือสนใจ

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง ลักษณะการเข้าใช้บริการของผู้ใช้บริการส่วนบุคคล ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ใช้บริการ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เข้ามาใช้บริการของสถานเสริมความงาม

สถานเสริมความงาม หมายถึง สถานที่ให้บริการความงามทั่วไป ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เช่น ร้านเสริมสวย ร้านตัดผม ร้านแว็กซ์ขน ร้านให้บริการนวดหน้าและนวดตัว หรือการบำรุงผิวพรรณรวมอยู่ด้วย โดยมีอัตราค่าบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ชื่อของสถานเสริมความงาม หมายถึง สถานบริการที่สนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการที่มีความต้องการแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ได้แก่ ความเป็นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การบริการที่ดี ความหลากหลายของสินค้าและบริการ

ค่าบริการของสถานเสริมความงาม หมายถึง อัตราค่าบริการและราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้ใช้บริการได้รับ เมื่อมาใช้บริการที่สถานเสริมความงาม

ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ หมายถึง ท่าเลที่ตั้งของสถานเสริมความงาม รวมถึงวิธีการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการเป็นสำคัญ

การประชาสัมพันธ์ของสถานเสริมความงาม หมายถึง กิจกรรมการกระจายข่าวสารหรือการโฆษณาของสถานเสริมความงามให้เป็นที่รู้จักและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสนใจ ต้องการเข้ามาใช้บริการ

วิธีการให้บริการของสถานเสริมความงาม หมายถึง กระบวนการให้บริการของสถานเสริมความงาม ตั้งแต่ขั้นตอนแรกคือ ผู้ใช้บริการเข้ามาภายในร้านจนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือการชำระค่าบริการ ซึ่งจะต้องมีวิธีการให้บริการที่รวดเร็ว สุภาพและเกิดความประทับใจให้มากที่สุด

พนักงานบริการของสถานเสริมความงาม หมายถึง พนักงานที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการให้เกิดความสะดวกสบาย และมีความประทับใจ

สภาพแวดล้อมของสถานเสริมความงาม หมายถึง องค์ประกอบของสถานเสริมความงามที่ผู้ใช้บริการสามารถมองเห็นได้และใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ เช่น การตกแต่งร้าน เครื่องมือที่นำมาใช้ภายในร้าน สัญลักษณ์ของร้าน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนถึงรูปแบบและคุณภาพของบริษัท ถึงแม้บางครั้งสิ่งที่มีตัวตนบางอย่างอาจไม่มีส่วนช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่จะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และเป็นการสะท้อนถึงรสนิยมของผู้ใช้บริการไปด้วย

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาที่แสดงออกมาเพื่อสนองความต้องการ โดยการจัดหาและได้มาในด้านการซื้อและการใช้ โดยมีสิ่งกระตุ้นและปัจจัยที่กำหนดการกระทำออกมา ได้แก่ การเข้ารับบริการตัดแต่งทรงผม ความถี่ในการเข้ารับบริการ ระยะเวลาที่มาใช้บริการ เป็นต้น

ตัด – แต่งทรงผม หมายถึง สถานที่ให้บริการตัดแต่งทรงผมทั้งสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี โดยช่างที่มีความชำนาญสามารถออกแบบหรือตัดแต่งทรงผมตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยใช้เครื่องมือในการตัดแต่งทรงผมดังนี้ กรรไกร เปตตาลิเลียน มีดโกน ไดรเป่าผม เป็นต้น

แต่งหน้า หมายถึง สถานที่ให้บริการแต่งหน้าโดยช่างเสริมสวยมืออาชีพที่เชี่ยวชาญด้านความงามบนใบหน้า ซึ่งมีอุปกรณ์สำหรับแต่งหน้าอย่างครบครัน เช่น เครื่องสำอาง แปรง มีดโกนลิปสติก เป็นต้น เพื่อความสวยงามให้เหมาะสำหรับงานหรือพิธีสำคัญต่างๆ

ทำเล็บ หมายถึง สถานที่ให้บริการตกแต่งมือและโดยช่างเล็บมืออาชีพที่มีใบอนุญาตหรือช่างทำเล็บที่มีฝีมือ โดยการทำเล็บจะช่วยให้เล็บมือและเท้ามีความสวยงามสะอาดตา ซึ่งประกอบด้วย การทาสีเล็บ การต่อเล็บ การตกแต่งเล็บโดยติดเครื่องประดับเพชรพลอยลงไปที่เล็บ

กำจัดขน หมายถึง สถานที่ให้บริการกำจัดขนที่ไม่พึงประสงค์ตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย โดยช่างมืออาชีพที่มีความชำนาญ ซึ่งสถานที่ให้บริการกำจัดขนมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ การกำจัดขนด้วยแว็กซ์เย็น คือการทาครีมแว็กซ์ที่บริเวณขนที่ต้องการกำจัด แล้วใช้ผ้าแปะลงไปให้เรียบ และดึงด้วยความเร็ว การกำจัดขนแบบที่สอง คือ การกำจัดขนด้วยแว็กซ์ร้อน จะมีลักษณะคล้ายกันกับการกำจัดขนแบบแว็กซ์เย็น แต่ต่างกันที่ต้องนำเนื้อครีมแว็กซ์ไปอุ่นให้ร้อนก่อนการใช้งาน

ขัด – พอกผิว หมายถึง สถานที่ให้บริการขัดและพอกผิวหน้า หรือผิวกาย เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายและทำความสะอาดผิว หลังจากการถูกทำร้ายจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น แสงแดด ฝุ่น ควันรถ หรือ มลภาวะอื่นๆ เป็นต้น สามารถขจัดเซลล์ผิวที่เสื่อมสภาพให้หลุดออก ซึ่งทำให้ผิวมีความชุ่มชื้นและมีสุขภาพผิวที่ดี

พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจของ
ผู้ใช้บริการแต่ละบุคคลที่เข้ามาใช้บริการในสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัด
นนทบุรี



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามลำดับต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเสริมความงาม

2.1.1 ธุรกิจเสริมความงาม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2547) ได้ให้ความหมายของธุรกิจเสริมความงามไว้ว่าธุรกิจเสริมความงามหรือธุรกิจให้บริการด้านความงาม หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการเกี่ยวกับ การบำรุง, การรักษาความงามทั้งผิวหน้า และผิวกาย โดยใช้เครื่องสำอาง, เวชสำอางโดยใช้อุปกรณ์ที่ช่วยบำรุงเพื่อความสวยงามของผิวพรรณไม่รวมการใช้อุปกรณ์นวัตกรรมเทคโนโลยีในการแก้ไข, ปรับสภาพผิว หรือเครื่องมืออุปกรณ์ที่ต้องมีใบอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

ธุรกิจสถานเสริมความงาม หากพิจารณาตามประเภทของการให้บริการ สามารถแยกธุรกิจให้บริการความงามได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจสถานเสริมความงามทั่วไป รวมถึงประเภทร้านเสริมสวย ซึ่งจะมีบริการตัดแต่งทรงผม นวดหน้า นวดตัว กำจัดขน หรือการทำทรีทเมนท์ผิวรวมอยู่ด้วย โดยอัตราค่าบริการจะอยู่ในระดับปานกลาง
2. ธุรกิจสถานเสริมความงามครบวงจร จะมีบริการเสริมความงามตั้งแต่ศัลยกรรม จรดปลายเท้า โดยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ซึ่งอาจมีทั้งการให้บริการแผนกหน้า แผนกตัว แผนกผม ปัจจุบันนิยมนำบริการสปาเข้ามาร่วมในบริการด้วย ซึ่งอัตราค่าบริการของธุรกิจบริการประเภทนี้จะมีราคาค่อนข้างสูง
3. ธุรกิจสถานเสริมความงามเฉพาะด้าน เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันด้านเส้นผม ปลูก

ผม โดยธุรกิจบริการประเภทนี้มักจะมีผู้เชี่ยวชาญโดยตรงเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำ และ ดูแลการให้บริการ ดังนั้นอัตราค่าบริการในธุรกิจความงามประเภทนี้จะมีราคาสูง

2.1.2 ประวัติความเป็นมาของอำเภอเมืองนนทบุรี

สำนักงานจังหวัดนนทบุรี (2557) อำเภอเมืองนนทบุรีในครั้งแรกนั้นมีชื่อว่า อำเภอตลาดขวัญ ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่ามีฐานะเป็นอำเภอตั้งแต่เมื่อใด แต่ปรากฏชื่ออำเภอนี้ในชื่อเอกสารที่ประกาศลงราชกิจจานุเบกษาอย่างน้อยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2445 ซึ่งตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น อำเภอนนทบุรี โดยปรากฏชื่อเอกสารเกี่ยวข้องกับชื่ออำเภอนี้ในราชกิจจานุเบกษาอย่างน้อยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2466

เนื่องจากอำเภอนนนทบุรีมีอาณาเขตกว้างขวาง บางท้องที่อยู่ห่างไกลจากตัวอำเภอมาก กระทรวงนครบาล (เป็นหน่วยงานที่ดูแลหัวเมืองต่าง ๆ ในเขตมณฑลกรุงเทพในขณะนั้น) จึงได้พิจารณาโอนตำบลท่าอิฐซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือไปขึ้นกับอำเภอปากเกร็ดในปี พ.ศ. 2463 และโอนตำบลบางเลนซึ่งตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกสุดของอำเภอไปขึ้นกับอำเภอบางแม่นางในปี พ.ศ. 2464 นอกจากนี้ แต่เดิมอำเภอนนนทบุรีมีอาณาเขตด้านตะวันออกติดต่อกับอำเภอบางเขนจังหวัดพระนครโดยใช้คลองประมประชากรเป็นเส้นแบ่งเขต จนกระทั่งในวันที่ 26 ตุลาคมพ.ศ. 2475 ทางราชการได้โอนพื้นที่หมู่ที่ 1-3 ของตำบลลาดโตนดซึ่งตั้งอยู่ทางปากตะวันออกของคลองประปาไปอยู่ในท้องที่ปกครองของอำเภอบางเขน เพื่อความสะดวกในการตรวจตราของเจ้าหน้าที่และความสะดวกในการติดต่อราชการของประชาชน คลองประปาจึงกลายมาเป็นแนวแบ่งเขตการปกครองระหว่างสองจังหวัดแทน และในวันที่ 9 พฤษภาคมพ.ศ. 2489 ได้มีพระราชบัญญัติจัดตั้งจังหวัดนนทบุรีขึ้น อำเภอเมืองนนทบุรีจึงเปลี่ยนชื่อมาเป็น "อำเภอเมืองนนทบุรี" ตั้งแต่นั้น

อำเภอเมืองนนทบุรีแบ่งเขตการปกครองย่อยเป็น 10 ตำบล แต่ละตำบลแบ่งออกเป็นหมู่บ้าน รวมทั้งหมด 77 หมู่บ้าน (หรือ 26 หมู่บ้าน หากไม่นับรวมในเขตเทศบาลนครนนทบุรีและเทศบาลเมืองบางศรีเมืองซึ่งไม่มีตำแหน่งกำนันและผู้ใหญ่บ้านแล้ว) รวมประชากรทั้งสิ้นประมาณ 47,587 คน ได้แก่

1. สวนใหญ่	(SuanYai)	09 หมู่บ้าน
2. ตลาดขวัญ	(TalatKhwan)	11 หมู่บ้าน
3. บางเขน	(Bang Khen)	09 หมู่บ้าน
4. บางกระสอ	(Bang Kraso)	09 หมู่บ้าน
5. ท่าทราย	(ThaSai)	07 หมู่บ้าน
6. บางไผ่	(Bang Phai)	05 หมู่บ้าน
7. บางศรีเมือง	(Bang Si Mueang)	05 หมู่บ้าน
8. บางกร่าง	(Bang Krang)	10 หมู่บ้าน
9. ไทรมา	(Sai Ma)	06 หมู่บ้าน
10. บางรักน้อย	(Bang RakNoi)	06 หมู่บ้าน

2.1.3 ธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

อำเภอเมืองนนทบุรี มีสถานที่สำคัญอยู่หลายแห่ง และเป็นศูนย์กลางของประชากรในจังหวัดนนทบุรี มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้เกิดแหล่งช้อปปิ้งขึ้นมากมาย โรงภาพยนตร์ ห้างสรรพสินค้า 9 แห่งและเป็นศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นที่มีความทันสมัย และยังเป็นศูนย์กลางของสถานที่ราชการหลายหน่วยงาน เนื่องจากมีความเจริญในหลายๆ ด้าน อำเภอเมืองนนทบุรีจึงเป็นแหล่งธุรกิจหลากหลายประเภท แต่ธุรกิจที่เติบโตและมีการแข่งขันค่อนข้างสูงคือ ธุรกิจสถานเสริมความงาม ซึ่งสถานเสริมความงามมีอยู่อย่างแพร่หลายในอำเภอเมืองนนทบุรี

สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีจะมีอยู่ไม่ต่ำกว่า 5 ร้านในห้างสรรพสินค้า 1 แห่ง ซึ่งในสถานเสริมความงามแต่ละแห่งจะให้บริการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายประกาศและการลดราคา เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคให้ทดลองใช้บริการที่ร้าน ซึ่งสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีจะมีอยู่ครบทั้ง 3 รูปแบบ คือ

1. สถานเสริมความงามทั่วไป เช่น ร้านเสริมสวย ร้านทำเล็บ ร้านแว็กซ์ขน ร้านบริการตัด-พอกผิวหน้า และผิวกาย เป็นต้น
2. สถานเสริมความงามครบวงจร เช่น ร้านสปาครบวงจร เป็นต้น
3. สถานเสริมความงามเฉพาะด้านเช่น สถาบันลดน้ำหนัก เป็นต้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

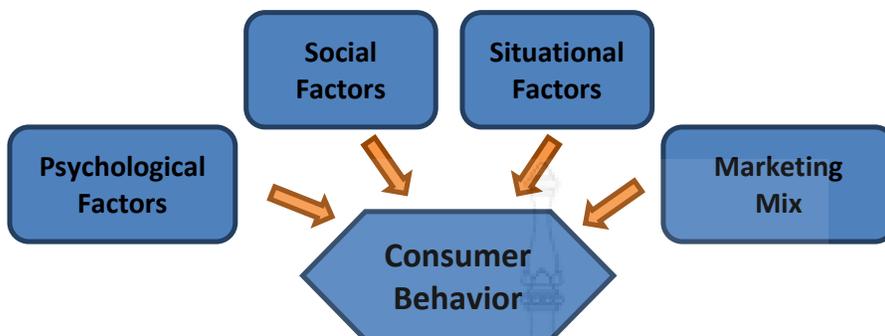
2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2558) อ้างอิงแนวคิดจาก Michael Solomon (2012) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีความหมายครอบคลุมสาระสำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ การกระทำของแต่ละบุคคล การได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ และกระบวนการตัดสินใจ

การกระทำของแต่ละบุคคลเป็นการเน้นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปนั่นเอง การได้รับและการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเป็นเรื่องปกติวิสัยที่จะต้องอุปโภคบริโภคสินค้า ส่วนในเรื่องของกระบวนการตัดสินใจได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการอะไรก็ตามแต่จะต้องผ่านขั้นตอนของการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วยการตระหนักถึงปัญหา การค้นหา การประเมินผลทางเลือก ทางเลือก และผลที่ได้ ซึ่งจากรูปที่ 2.1 พบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคมาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ปัจจัยทางจิตตะวิทยา (Psychological Factors) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) และปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors)

ภาพ 2.1 ส่วนประกอบพฤติกรรมผู้บริโภค



พฤติกรรมผู้บริโภคนับได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างมาก โดยที่พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเป้าหมายหลักที่นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะถือได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ถ้านักการตลาดนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยไม่วิเคราะห์ตลาดอย่างเพียงพอแล้วเชื่อได้ว่านักการตลาดผู้นั้นไม่สามารถจะบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้เลย

ในการที่นักการตลาดได้เน้นพฤติกรรมของผู้บริโภค ก็ควรที่จะใช้ผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรม ไม่ใช่ใช้เกณฑ์ของตัวเองที่จะพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดจะต้องติดตามอยู่เสมอว่าผู้บริโภคมีความต้องการอย่างไร มีความต้องการจะเห็นและจะฟังอะไรบ้าง และไม่ต้องการที่จะเห็นและจะฟังอะไรบ้าง และเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นที่นักการตลาดจะต้องวิจัยสิ่งสูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวจะต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและเป็นอิทธิพลที่ถูกกฎหมายด้วย และประการสุดท้ายนักการตลาดจะต้องศึกษาถึงผู้บริโภคเพื่อจะได้เสนอขายสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

2.2.1.2 ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค (Consumer) ลักษณะการดำเนินชีวิต (Life Style) และประสบการณ์ (Experience) ต้องเรียนรู้ศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ส่วนบุคคล (Personal) รวมถึง อายุ อาชีพ และการศึกษา
- วัฒนธรรม (Culture) รวมถึง สถานะทางสังคม ชั้นของสังคม และวัฒนธรรมกลุ่มย่อย
- จิตวิทยา (Psychological) รวมถึง แรงจูงใจ การยอมรับ การยอมรับและทัศนคติ
- สังคม (Social) รวมถึง กลุ่มอ้างอิงทางสังคม บทบาทหน้าที่ทางสังคม สถานะ และชนิดของ

ครอบครัว

- สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) รวมถึง แอปพลิเคชัน ไลน์ ยูทูบ เฟสบุค และ

ทวิตเตอร์

- การตอบสนองลูกค้า (Consumer's Response) รวมถึง การเลือกตราสินค้า เวลาในการซื้อ การซื้อซ้ำ และช่วงเวลาในการซื้อ

- การตลาด (Marketing) รวมถึง กลยุทธ์การตลาด การส่งเสริมการขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการสื่อสาร

- สภาพแวดล้อม (Environment) รวมถึง เทคโนโลยี เศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อ และการเมือง

2.2.1.3 ความหมายของการบริโภค

ความหมายของการบริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตเป็นสินค้าและบริการอื่นๆ การบริโภคไม่ได้หมายความถึงการรับประทานอาหารอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจ แต่เพียงอย่างเดียว การใช้สินค้าอื่นๆ และการใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งก็คือการบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น การใช้บริการจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ การไปพบแพทย์เมื่อยามเจ็บป่วย การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การประกันภัย ฯลฯ จึงสรุปได้ว่าการกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็น การบริโภคทั้งสิ้น

ประเภทของการบริโภค การแบ่งประเภทของการบริโภคตามลักษณะของสินค้าสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (Nondurable Goods Consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วสิ่งของชนิดนั้นจะสิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า การทำลาย (Destruction) เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ

2. การบริโภคสินค้าคงทน (Durable Goods Consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งโดยสิ่งของนั้นยังคงใช้ได้อีก การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า การลดลง (Diminution) เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ พัดลม โทรทัศน์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสินค้าคงทนเหล่านี้จะใช้แล้วไม่หมดไปในทีเดียว แต่ก็ค่อยๆ สึกหรือไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก

2.2.1.4 ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค

ถึงแม้ว่าความต้องการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอจะสรุปได้ว่าตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและบริการโดยรวมมีดังนี้

1. รายได้ของผู้บริโภค ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะบริโภคน้อย ถ้ามีรายได้น้อยก็จะบริโภคน้อย

2. ราคาของสินค้าหรือบริการ เนื่องจากระดับราคาของสินค้าและบริการเป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค นั่นคือ ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการสูงขึ้นจะทำให้อำนาจซื้อของเงินลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าหรือบริการได้น้อยลง เนื่องจากเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาสินค้าหรือบริการได้น้อยลง ในทางกลับกัน ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลงอำนาจซื้อของเงินจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้มากขึ้น ด้วยเหตุผลทำนองเดียวกันกับข้างต้น

3. ปริมาณเงินหมุนเวียนที่มีอยู่ในมือ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือมากจะสนใจให้ผู้บริโภคบริโภคมากขึ้น และถ้ามีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือน้อยก็จะบริโภคน้อยลง

4. ปริมาณของสินค้าในตลาด ถ้าสินค้าหรือบริการในท้องตลาดมีปริมาณมาก ผู้บริโภคจะมีโอกาสในการจับจ่ายใช้สอยหรือบริโภคได้มาก ในทางกลับกัน ถ้ามีน้อยก็จะบริโภคน้อยตาม

5. การคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคต จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคกล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคคาดว่าในอนาคตราคาสินค้าหรือบริการสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคในปัจจุบัน (ลดการบริโภคในอนาคต) ตรงกันข้าม ถ้าคาดว่าราคาของสินค้าหรือบริการจะลดลง ผู้บริโภคจะลดการบริโภคในปัจจุบันลง (เพิ่มการบริโภคในอนาคต) จะเห็นได้ว่าการคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคตจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในปัจจุบันและจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในอนาคต

6. ระบบการค้ำและการชำระเงิน เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน ดาวน์ต่ำ ผ่อนระยะยาว จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าได้โดยไม่ต้องชำระเงินในงวดเดียว มีเงินเพียงส่วนหนึ่งในการดาวน์ก็สามารถซื้อหาสินค้าและบริการมาบริโภคได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูง เช่น บ้าน รถยนต์ ฯลฯ ตรงกันข้าม ถ้าไม่มีระบบการซื้อขายแบบเงินผ่อน คือผู้บริโภคจะต้องชำระเงินค่าสินค้าตามราคาในงวดเดียว ผู้บริโภคอาจไม่สามารถซื้อหาหรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้

นอกจากที่กล่าวข้างต้น ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฤดูกาล เทศกาล รสนิยมหรือความชอบส่วนตัวของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ในเทศกาลกินเจ ถ้าผู้บริโภครับประทานอาหารเจ ผู้บริโภคจะไม่บริโภคเนื้อสัตว์ โดยจะหันมาบริโภคพืชผักผลไม้แทน หรือในวัยเด็ก ส่วนใหญ่เด็กๆ มักจะชอบบริโภคลูกอม ลูกกวาด ขนม มากกว่าเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ (อายุ) เป็นต้น

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งมีความสำคัญต่อการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เป็นอย่างมาก เนื่องจากอำเภอเมืองนนทบุรีมีประชากรอยู่อย่างหนาแน่น และมีสถานเสริมความงามชั้นนำอยู่ในพื้นที่มากมาย จึงทำให้มีผู้บริโภคอยู่หลากหลายประเภท การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จะทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2.1.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6W1H

6W1H คือเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อใช้กำหนดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจแต่ละประเภท ประกอบด้วย

Who ใครคือผู้บริโภคของเรา ในการขายสินค้าหรือบริการผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มธุรกิจ จะต้องตอบคำถามให้ได้ว่า ผู้บริโภคของธุรกิจคือใคร เพศหญิง หรือเพศชาย วัยรุ่น เด็ก หรือผู้ใหญ่ หรืออาจจะเป็นคนจนผู้มีรายได้น้อย ซึ่งจะทำให้รูปแบบการผลิตสินค้าแตกต่างกันไปตามกลุ่มผู้บริโภค เช่น ถ้าสินค้าสำหรับเด็ก ตัวหีบห่อ หรือแม้แต่วิธีการของผลิตภัณฑ์ อาจจะเป็นรูปตัวการ์ตูน แต่ถ้าเป็นกลุ่มผู้ใหญ่ ตัวสินค้าหรือหีบห่อ อาจจะทำให้ดูดี มีรูปแบบอย่างเป็นทางการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือ

What อะไรที่ผู้บริโภคของเราต้องการ เช่น เมื่อผู้บริโภคเข้าไปในกาแฟ ต้องวิเคราะห์ว่า ผู้บริโภคต้องการทานกาแฟ หรือต้องการมาพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูงใช้เวลาในการนั่งนาน ๆ นั้น แลละธุรกิจต้องวิเคราะห์ว่า กลุ่มผู้บริโภคของเราต้องการอะไรกันแน่ เราต้องตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มใด ถ้าวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคของเราเป็นกลุ่มที่ต้องการมาพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ธุรกิจควรจะเน้นการจัดบรรยากาศของร้านให้มีความสุนทรีย์ทางด้านอารมณ์

When เมื่อไหร่ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า อาจจะเป็นต้นเดือน ปลายเดือน หรือศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ช่วงเช้า ช่วงเย็น หรือเทศกาลอะไร เช่น ในช่วงเย็น ๆ หรือวันเสาร์ วันอาทิตย์ ร้านกาแฟ อาจจะเป็นที่พบปะสังสรรค์สำหรับเพื่อนฝูง เพื่อต้องการบรรยากาศสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ ดังนั้นธุรกิจต้องเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่ผู้บริโภค ในด้านการให้บริการ การเตรียมวัตถุดิบในการผลิต หรือด้านผู้ให้บริการเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคของกิจการพบกับความผิดหวัง

Why ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเราไปทำอะไร หรือสิ่งใดคือเหตุผลที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมาอุดหนุนสินค้าของเรา ผู้เขียนเป็นคนหนึ่งที่เวลาซื้อสินค้าประเภท แบรินด์ชูปไก่ มักจะซื้อไปฝากบุคคลที่เคารพรักเสมอ ๆ เพราะโดยส่วนตัวอาจจะยังไม่ตระหนักดีว่าจะต้องกิน แต่ถ้าซื้อไปเป็นของฝากออกจะดูแล้วยังมีระดับก็เป็นไปได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า มีสินค้าบางรายการออกมาโฆษณาว่าสำหรับคนที่คุณรัก

Where ผู้บริโภคของเราชอบเดินเข้าไปซื้อสินค้าในสถานที่แบบใด ซึ่งเราจะได้นำสินค้าของเราไปวางจำหน่าย ได้ถูกที่ ท่านผู้อ่านจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันนี้ สินค้าเช่นผักสดนิยมใส่ถุงหรือหีบห่อที่สวยงาม ติดตราหีบห่อ หรือจะเรียกให้ดูดีหน่อยก็คือ ติดแบรนด์นั่นเอง ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจมากขึ้น ซึ่งก็จะเหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ค่อนข้างมีรายได้ ซึ่งก็คุ้มค่าเพราะรับประกันได้เลยว่า แพงหน่อยแต่

ก็สบายใจกว่ากันเยอะ

Whom มีใครบ้างที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งของผู้บริโภค บางครั้งการตัดสินใจซื้อไม่ได้มีแค่ผู้บริโภคคนเดียว ดังนั้น การมุ่งตอบสนองเฉพาะคนจ่ายเงินอาจจะยังไม่ใช่คำตอบของธุรกิจ ตัวอย่างที่พบเห็นง่าย ๆ โดยทั่วไป โดยส่วนใหญ่สินค้าที่มีราคาแพง ๆ ภรรยาอาจจะไม่ใช่ผู้ตัดสินใจซื้อ เพราะคนที่คอยจ่ายเงินอาจจะเป็นตัวคุณสามีซะมากกว่า แต่การไปจับจ่ายเลือกอาจจะเป็นคุณภรรยา เช่น การเลือกซื้อรถยนต์สักคัน ภรรยาเลือกสามีเป็นผู้จ่ายเงิน คนที่ได้ใช้รถก็จะเป็นไปได้คือใช้ได้ทั้งครอบครัว ดังนั้นกลุ่มธุรกิจก็ควรจะหยาบคายการโฆษณาว่าเป็นรถสำหรับครอบครัว

How ผู้บริโภคของเรามีการตัดสินใจซื้ออย่างไร สินค้าที่ขายกันตามท้องตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อต่างกัน เช่น ถ้าสินค้าที่มีราคาสูงหน่อย ผู้บริโภคก็อาจจะถามหาการให้เครดิตของร้านค้า ถ้าขายเป็นเงินสด ก็อาจจะปฏิเสธการซื้อก็เป็นไปได้ หรือถ้าผู้บริโภคที่ค่อนข้างชอบการลดกระหน่ำซัมเมอร์เซลส์ ไม่ลดราคาก็ไม่ซื้อ ทางร้านก็จะจัดเทศกาล การลดราคาให้ผู้บริโภคบ่อยขึ้นมากกว่าเดิม

การนำเครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H มาใช้ในการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากจะสามารถให้ผลการวิจัยที่แม่นยำ และตรงกับวัตถุประสงค์มากที่สุด ผู้วิจัยจึงนำหลักการใช้เครื่องมือ 6W1H มาปรับใช้ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.2.2 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) ได้กล่าวไว้ว่าผู้บริโภคจะซื้อเมื่อเกิดความต้องการหรือความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัจจัยสี่ในชีวิตประจำวัน ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ฟุ่มเฟือยต่างๆ เช่น เครื่องประดับ เป็นต้น ผู้บริโภคต้องตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าแต่ละชิ้นทั้งสิ้น

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision making process) เป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก โดยผู้บริโภคอาจข้ามหรือสลับขั้นตอนตามความเหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นตั้งแต่การซื้อจริงและยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมภายหลังจากการซื้อด้วย

ภาพ 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ขั้นก่อนการซื้อ (Prepurchase stage)	ขั้นที่ 1 การรับรู้ความต้องการหรือปัญหา ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก
ขั้นการซื้อ (Purchase stage)	ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ
ขั้นภายหลังการซื้อ (Postpurchase stage)	ขั้นที่ 5 การบริโภค ขั้นที่ 6 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.2.2.1 ขั้นก่อนการซื้อ (Prepurchase stage) เป็นขั้นตอนในการจัดหาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากภาวะที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการของตน แล้วจึงค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะซื้อผ่านกระบวนการจัดหาข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล แล้วจึงประเมินทางเลือกเพื่อตัดสินใจซื้อในขั้นต่อไป ประกอบด้วย

ขั้นที่ 1 การรับรู้ความต้องการหรือปัญหา

ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการของตนเอง โดยการระลึกถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่กับสิ่งที่ตนต้องการ เช่น ผู้บริโภครู้สึกว่าเขาเองนั้นมีน้ำหนักมากเกินไป จึงเกิดความต้องการที่จะลดน้ำหนัก เป็นต้น การรับรู้ความต้องการหรือการรับรู้ปัญหาเกิดจากตัวแปรภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยา และตัวแปรภายนอกหรือปัจจัยสิ่งแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการกำหนดความต้องการของแต่ละบุคคล

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล

ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่รู้ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ในขั้นที่ 1 โดยอาศัยกระบวนการจัดหาข้อมูลและประมวลผลข้อมูล นักการตลาดจะต้องจัดการสื่อสาร

การตลาดให้เหมาะสมในขั้นนี้เพื่อชักนำให้ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทตนเหนือกว่าบริษัทอื่นอย่างไร การค้นหาข้อมูลและประมวลผลข้อมูลของผู้บริโภคจะรวมถึงการเปิดเผย การรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่อยู่ในความทรงจำ ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมีมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น บุคคลที่เกิดความหิวเมื่อเห็นร้านอาหารก็จะเข้าไปซื้ออาหารรับประทานทันที แต่ในบางครั้งความต้องการก็สามารถสนองได้ในทันทีก็จะถูกจดจำไว้ เพื่อหาทางตอบสนองความต้องการในภายหลัง ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคต้องการกล้องถ่ายรูปดิจิทัลก็จะพยายามค้นหาข้อมูลการใช้งานของกล้องดิจิทัล ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้ในการค้นหา

ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก

เป็นขั้นที่ผู้บริโภคประเมินค่าทางเลือกแต่ละทางเลือกหลังจากค้นหาข้อมูลแล้ว โดยผู้บริโภคจะประเมินผลประโยชน์และความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดด้วย ผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลในอดีตและปัจจุบันเพื่อโยงความสัมพันธ์กับตรา โดยคำนึงถึงผลประโยชน์และความพอใจสูงสุดตามเกณฑ์ ดังนี้

1. ประเมินความเสี่ยงที่สามารถรับรู้ได้ เช่น ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านกายภาพ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เป็นต้น
2. ประเมินความสัมพันธ์กับผลประโยชน์ ได้แก่
 - การกำหนดผลประโยชน์ คือ ภาวะที่ผู้บริโภคระบุคุณสมบัติที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์
 - การจัดลำดับความสำคัญของประโยชน์ เช่น การซื้อบ้านจะต้องจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติที่ผู้บริโภคจะพิจารณา ได้แก่ ราคา ทำเล ความสะดวกสบาย โดยยึดเกณฑ์ผลประโยชน์
 - การประเมินแต่ละตรา ตัวอย่างการซื้อบ้าน จะประเมินโดยการใช้อนุพันธ์ต่างๆ เช่น เกณฑ์อรรถประโยชน์ เกณฑ์ด้านความสุขความเพลิดเพลิน เป็นต้น
3. ประเมินความพึงพอใจที่คาดหวัง คือสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังเมื่อตัดสินใจซื้อว่าจะต้องได้รับความพอใจสูงสุดจากตรานั้น ซึ่งตราที่มีผลประโยชน์มากที่สุดมักจะเป็นตราที่ให้ความพึงพอใจสูงสุด

2.2.2.2 ขั้นการซื้อ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อจะอยู่ในขั้นการซื้อ เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หลังได้รับรู้

ความต้องการของตน ได้ค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้ และได้ประเมินผลิตภัณฑ์ที่เป็นทางเลือกต่างๆ ทั้งด้านผลประโยชน์และความเสี่ยงแล้ว ผู้บริโภคจึงตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์และดำเนินการซื้อ

การตัดสินใจซื้อเป็นผลจากการประเมินตรา ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ซื้อ (Purchase) เป็นการพิจารณาว่าจะซื้อบ้านหรือไม่ ซื้อบ้านแบบใด บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ บ้านชั้นเดียวหรือสองชั้น ซื้อจากโครงการใด ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร
2. ไม่ซื้อ (No purchase) เนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้น มีผลประโยชน์ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้

2.2.2.3 ชั้นภายหลังการซื้อ

ชั้นที่ 5 การบริโภค/การใช้

เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ในขั้นนี้จะเป็นพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ ดังนี้

โอกาสในการบริโภค (When) ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีโอกาสในการบริโภคแตกต่างกัน ได้แก่ ช่วงเดือน/ฤดูกาลเทศกาลต่าง ช่วงวันต่างๆ ของเดือน ช่วงวันต่างๆ ของสัปดาห์ และช่วงเวลาต่างๆ

สถานที่ในการบริโภค (Where) เป็นการศึกษาลักษณะ/สถานการณ์ต่างๆ ในการบริโภค ประกอบด้วย การบริโภคภายในบ้าน การบริโภคภายนอกบ้าน การบริโภคที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งภายในบ้านและภายนอกบ้าน

มีวิธีการบริโภคอย่างไร (How) เป็นกรรมวิธีการบริโภค/การใช้ต่างๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรรมวิธีการปฏิบัติ เช่น วิธีการหุงข้าว วิธีการซักผ้า เป็นต้น

มีการบริโภคมากน้อยเท่าใด (How much) ในที่นี้จะสามารถแยกกลุ่มผู้บริโภคตามความมากน้อยในการใช้ออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1. ผู้ใช้มาก เช่น ผู้ผลิต อุตสาหกรรม เป็นต้น 2. ผู้ใช้ปานกลาง เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของชำ ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น 3. ผู้ใช้น้อย เป็นผู้บริโภครายย่อยทั่วไปที่ซื้อเพื่อบริโภคส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน

ในขณะที่มีการบริโภคมีความรู้สึกอย่างไร (How) เป็นการวัดความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์การบริโภค ซึ่งอาจเป็นความรู้สึกพอใจ/เชิงบวก หรือความรู้สึกไม่พอใจ/เชิงลบ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณที่มีต่อผลิตภัณฑ์

การบริโภคสร้างเสริมแรงเชิงบวก การเสริมแรงเชิงลบอย่างไร (How) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภค

ได้รับผลลัพธ์เชิงบวกหรือเชิงลบจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าใช้ดี ผู้บริโภคซื้อมากขึ้น ทำให้สินค้าได้รับรางวัลสินค้าขายดี จึงถือได้ว่าสินค้าได้รับผลลัพธ์เชิงบวก/รางวัล ทำให้เกิดแนวโน้มที่จะขายสินค้าได้มากขึ้น เป็นต้น

การบริโภคเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่อย่างไร (How) เป็นการวัดประสบการณ์การรับรู้ของผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบกับความคาดหวัง

การตีความจากประสบการณ์ในการบริโภค (consumer's interpretation of the consumption experience) เป็นการตีความเกี่ยวกับประสบการณ์ในการบริโภคว่ามืองค์ประกอบอย่างไร เช่น รสชาติของกาแฟ คือ เข้มข้นมีรสขม มีกลิ่นหอม ให้ความรู้สึกตื่นตัว เป็นต้น

ขั้นที่ 6 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจและไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ

เราจะพบว่าประสบการณ์เกี่ยวกับตรามีผลกระทบที่สำคัญต่อความชอบและความภักดีต่อตรา ถ้าตราที่ซื้อสร้างความไม่พอใจแก่ผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีทัศนคติที่ไม่มีต่อตรา และอาจเลิกซื้อผลิตภัณฑ์ไปเลย ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นซ้ำอีก



2.2.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

2.2.3.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4P

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้สรุปแนวคิดของ Phillip Kotler (2000) ซึ่งได้แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

Product สินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัวผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เช่นต้องการน้ำผลไม้ที่สะอาด สด ในบรรจุภัณฑ์ที่ถือสะดวก โดยไม่สนรสชาติ เราก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการไม่ว่าเราชอบหวานก็จะพยายามใส่น้ำตาลเข้าไปแต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำให้สินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งานความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

สินค้าที่มีราคาต่ำนั้นคือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไปเช่นสินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพไม่ดี นักพอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆหรือสินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ต่างๆ ในซูเปอร์สโตร์ต่างๆ สำหรับนักธุรกิจมือใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่างมากกว่า การเป็นสินค้าราคาถูกเพราะหากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่ จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อยแต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อน แล้วค่อยๆ หาดตลาดที่รายใหญ่ไม่สนใจ

Price ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่คิดว่าคิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียวเพราะการลดราคาสินค้าอาจจะไม่ได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่น ๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไขการตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่น หากเราขายน้ำผลไม้ที่จตุจักร ราคาอาจจะต้องถูกหน่อยแต่หากขายที่สยาม หากตั้ง ราคาถูกไปเช่น 10 บาทกลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้อาจจะไม่ซื้อแต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้ม ที่จะขายแบบนี้ในสยามยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณ์สินค้าไม่เข้ากันลูกค้าก็จะเกิดความข้องใจและอาจจะกังวลที่จะซื้อเพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด

Place วิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้าหากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆแห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความ สำคัญมากหลักของการเลือกวิธีการกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอเพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคือ อะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร

เช่นของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้สิ่ง
ที่เราควรจะคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้าเช่นการขายสินค้าใน 7-
eleven อาจจะกระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่าหากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน
Place ในที่นี้ก็คือ ทำเลซึ่งก็ควรเลือกที่ ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน อย่าง มาบุญครองกับ
สยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไปและลักษณะสินค้าและราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทั้งที่
ตั้งอยู่ใกล้กันท่านควรขายที่ได้ก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า

Promotion การทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่นโฆษณาใน
สื่อต่างๆหรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่นการทำลดราคาประจำปีหากจะพูด
ในแง่ของธุรกิจขนาดย่อมการโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงิน จะมากหรือ
น้อยก็ ขึ้นกับช่องทางที่เราจะใช้ ที่จะดีและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากใน
แต่ละปี สื่ออื่นๆที่ถูกๆ ก็จะเป็นพวก โบปลิวโปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็จะมี รถแห่ วิหยุดท้องถิ่น
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นวิธีในการเลือกสื่อนอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่ายแล้วควรดูเรื่องการเข้าถึง
กลุ่มเป้าหมายด้วย เช่นหากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต(เพราะฟรี) ก็อาจจะ
เลือก เว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่นไม่ใช่เว็บไซต์ที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

2.2.3.2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) 7P

Philip Kotler (2002) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นที่นิยมและใช้กันอย่าง
แพร่หลาย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนการบริการ ส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 7
ด้าน (7P) เมื่อเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดทั่วไปจะประกอบด้วย 4 ด้าน (4P) สามารถพูดได้ว่า
การให้บริการคือสินค้าของตลาดบริการ จึงต้องเพิ่มส่วนประสมเข้ามาอีก 3 ด้าน ซึ่งรวมแล้ว
ประกอบด้วยส่วนประสมด้านต่างๆ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Pricing)
3. การจัดจำหน่าย (Placement)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotions)
5. กระบวนการ (Process)
6. คน (People)
7. สิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (Physical evidence)

ภาพ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดบริการ



1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารการตลาด ไม่ว่าจะ เป็นในธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการก็ตามต่างต้องพิจารณาถึงลูกค้า กล่าวคือ ในการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึง ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Customer's needs or wants) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นหลัก เพื่อธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงที่ทำให้ต้องมุ่งเน้นที่ตลาดเฉพาะส่วน (niche market) การเข้าใจถึงความต้องการ และสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้จะสามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในธุรกิจบริการมีความแตกต่างจากสินค้าทั้งด้านรูปแบบและการดำเนินงาน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจบริการจึงแตกต่างกันไปด้วย

2. ราคา (Pricing)

สำหรับการวางแผนราคา นอกเหนือจากต้นทุนในการผลิต การให้บริการ และการบริหารแล้ว ก็ต้องพิจารณาถึง ต้นทุน (cost) ของลูกค้า เป็นหลักด้วย ธุรกิจต้องพยายามลดต้นทุนและภาระที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบ ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยทั้งด้านเวลา จิตใจ ความพยายามทางร่างกาย และความรู้สึกลบต่างๆ ที่ลูกค้าอาจได้รับด้วย ในการ

พยายามลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ของลูกค้าจะกลายมาเป็นต้นทุนของธุรกิจเอง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นกับกลุ่มลูกค้าที่ชอบซื้อของราคาต่ำ

3. การจัดจำหน่าย (Placement)

การจัดจำหน่ายก็ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย (convenience) ในการรับบริการ การส่งมอบสู่ลูกค้า สถานที่ และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด

การเลือกช่องทางในการนำส่ง (delivery) บริการที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการแต่ละประเภท ถ้าเป็นบริการด้านข้อมูลสามารถอาศัยเทคโนโลยีติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้ โดยการเปิดเว็บไซต์ติดต่อกับลูกค้าและคู่ค้าอื่นๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว

การจัดจำหน่ายการบริการมีรายละเอียดมากกว่าการหาช่องทางในการจัดจำหน่าย (channel of distribution) ที่เหมาะสม แต่ต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง (location) เนื่องจากบริการบางประเภทลูกค้าต้องเดินทางไปถึงสถานที่บริการด้วยตนเอง จึงต้องการอาคารและสถานที่ที่เหมาะสม และการส่งมอบบริการแก่ลูกค้า (service delivery) เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการที่มีลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการด้วยมากกว่า โดยเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการบางประเภท ลูกค้าต้องเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการแทบจะตลอดเวลา เช่น การรักษาโรค การตัดผม หรือการโดยสารเครื่องบิน เป็นต้น กระบวนการในการส่งมอบบริการจึงควรได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพราะจะเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่ลูกค้าจะตัดสินใจว่า บริการที่พวกเขาได้รับคุ้มค่างับมูลค่าของเงินที่พวกเขาจ่ายไปหรือไม่

และสุดท้ายคือ เวลาในการรับและให้บริการที่ต้องคำนึงถึงความต้องการในการใช้บริการของลูกค้าเป็นหลัก และพิจารณาในการกำหนดเวลาในการให้บริการของธุรกิจ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotions)

การส่งเสริมการตลาดจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวัง ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้ และตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้า ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย และการตลาดทางตรง ที่มีคุณสมบัติ ข้อดี และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน

รวมถึงความแตกต่างของผู้บริโภคที่ไม่เพียงแต่มีความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันแล้ว การบริโภคสื่อและแนวทางในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกัน

ไปด้วย ดังนั้นสิ่งที่สำคัญในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดธุรกิจต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะเลือก วิธีที่ติดต่อสื่อสาร (communication) ที่สามารถเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้เหมาะสม

5. กระบวนการ (Process)

เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกัน และงานที่ได้ต้องมีประสิทธิภาพ

6. คน (People)

การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคนทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญตั้งแต่ การสรรหา ฝึกอบรม ฝึกรอบรม และกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด บุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจ ดึงลูกค้ากลับมา หรือไล่ลูกค้าไปได้จากการปฏิสัมพันธ์ (interaction) กับลูกค้าเพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าสูง ตัวอย่างเช่น การตัดผม การรักษาพยาบาล หรือการติดต่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร เป็นต้น จนสามารถกล่าวได้ว่า “บุคลากรเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดในองค์กร” ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการบริการมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดความสะดวกและประหยัดต้นทุนด้านบุคลากรในบางส่วน และช่วยให้กระบวนการบริการรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การใช้เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสำหรับธุรกิจธนาคาร เพื่อช่วยลดจำนวนลูกค้าในแถวคอยของธนาคาร เป็นต้น

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการบริการ

เป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ ตัวอย่างของสิ่งที่มองเห็นได้ เช่น อาคารสำนักงานของบริษัท ท่าเลที่ตั้งรถยนต์ของบริษัท การตกแต่งสำนักงานของบริษัท เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ พนักงาน สัญลักษณ์ของบริษัท สิ่งพิมพ์ที่บริษัทจัดทำหรือเลือกใช้ และสิ่งที่มองเห็นได้ต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนถึงรูปแบบและ

คุณภาพของบริษัท ถึงแม้บางครั้งสิ่งที่มีตัวตนบางอย่างอาจไม่มีส่วนช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพสูงขึ้นมากนัก แต่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการสะท้อนถึงรสนิยมของลูกค้าไปด้วย ซึ่งจะเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาตัดสินใจ

ดังนั้นบริษัทควรต้องจัดการให้ดี เพราะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ด้วยตัวอย่างเช่น รูปแบบของอาคาร เครื่องแบบพนักงาน และตราเครื่องหมายของธุรกิจ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการเลือกใช้สื่อหรือสัญลักษณ์ในการติดต่อกับลูกค้า เช่น การประกันมักใช้การโฆษณาที่สื่อสัญลักษณ์ที่มีความหมายอย่างร่วม ซึ่งแสดงถึงการปกป้องคุ้มครองและความปลอดภัย ระบบอินเทอร์เน็ตจะใช้สื่อเป็นรถสปอร์ต ซึ่งแสดงถึงความรวดเร็ว และระบบป้องกันไวรัสที่ใช้สื่อเป็นโล่ ซึ่งแสดงถึงการปกป้องคุ้มครอง เป็นต้น

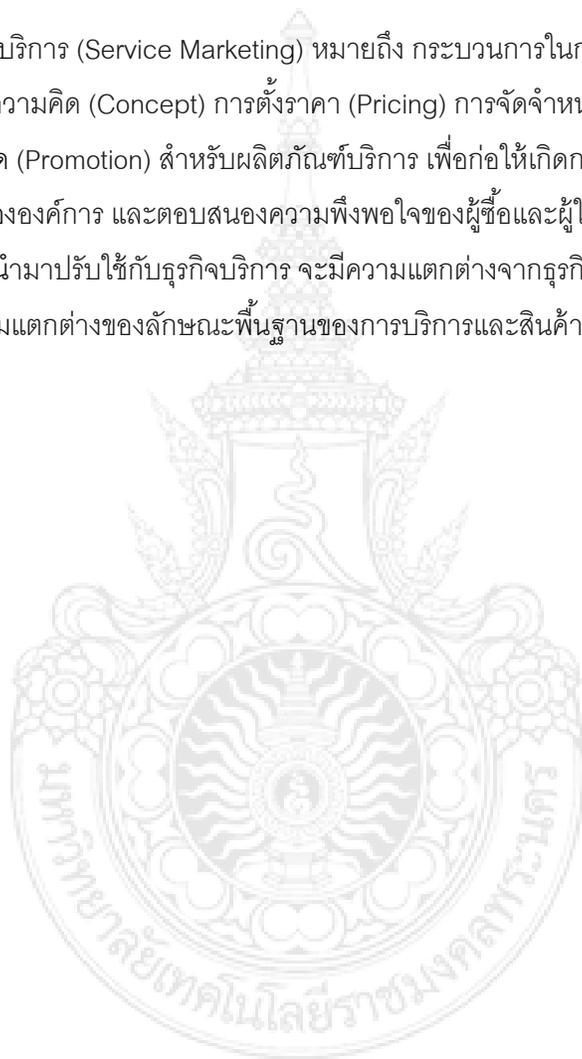
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดนั้นมีความสำคัญในการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านมีความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะของรูปแบบที่เหมาะสมของสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี ซึ่งแต่ละร้านมีรูปแบบหรือส่วนประสมที่ต่างกัน



2.2.4 ธุรกิจการบริการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549) ได้ให้ความหมายของธุรกิจการบริการ (Service Business) หมายถึง ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรม ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และผลประโยชน์ของธุรกิจ

การตลาดบริการ (Service Marketing) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน (Planning) และการบริหารแนวความคิด (Concept) การตั้งราคา (Pricing) การจัดจำหน่าย (Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับผลิตภัณฑ์บริการ เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ใช้ (Buyers and Users) ลักษณะการตลาดที่นำมาปรับใช้กับธุรกิจบริการ จะมีความแตกต่างจากธุรกิจที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า เนื่องจากความแตกต่างของลักษณะพื้นฐานของการบริการและสินค้านั้นเอง



ตาราง 2.1 ประเภทของธุรกิจบริการ

ธรรมชาติของบริการ	ผู้รับบริการ	
	ตัวลูกค้าเอง	สิ่งของของลูกค้า
บริการที่ต้องถูกเนื้อต้องตัวหรือมีการเคลื่อนย้ายทางกายภาพ	1. การบริการต่อร่างกายลูกค้า	2. การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า
	<ul style="list-style-type: none"> ● บริการขนส่งมวลชนและคนโดยสาร ● บริการดูแลสุขภาพ ● บริการตกแต่งทรงผม ● บริการกายภาพบำบัด ● บริการสถานออกกำลังกาย 	<ul style="list-style-type: none"> ● บริการขนส่งพัสดุ ● บริการดูแลรักษาและซ่อมแซม ● บริการคลังสินค้า ● ช่องทางการจัดจำหน่าย ● บริการซักรีด-ซักแห้ง ● สถานีบริการน้ำมัน
บริการที่ไม่ต้องถูกเนื้อต้องตัว	3. การบริการต่อจิตใจลูกค้า	4. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า
	<ul style="list-style-type: none"> ● การโฆษณา - ประชาสัมพันธ์ ● เคเบิลทีวี วิทยุ โทรทัศน์ ● การบำบัดทางจิตเวช ● ศิลปะ การบันเทิง ● บริการการศึกษา ● บริการข้อมูลสารสนเทศ ● การแสดงคอนเสิร์ต 	<ul style="list-style-type: none"> ● บริการจัดทำบัญชี ● บริการธนาคาร ● บริการประมวลผลข้อมูล / บริการวิจัย ● บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ● การประกัน ● บริการการกฎหมาย

ประเภทที่ 1 การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service)

ประเภทนี้เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง (เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ ฯลฯ) หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ (เช่น บริการขนส่งมวลชน - เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง) ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

ประเภทที่ 2 การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service)

ประเภทนี้เป็นการให้บริการโดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้า แต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจ อารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า (เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ ฯลฯ) ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการนั้น แต่สถานบริการในที่นี้อาจจะหมายถึง สถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่เฉพาะเจาะจงในการให้บริการนั้น เช่น โรงละคร โรงภาพยนตร์ หรืออาจจะอยู่ในสถานที่ที่ไกลออกไป แต่ลูกค้ากับผู้ให้บริการสามารถติดต่อกันได้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบโทรคมนาคม

ประเภทที่ 3 การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Procession Processing Service)

ในหลายๆ ครั้งของการซื้อบริการ เราไม่ได้ซื้อให้กับตัวเราเอง แต่เราซื้อให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการ ซัก อบ รีด (ซื้อบริการให้กับเสื้อผ้าของเรา) ไปหาสัตวแพทย์ (ซื้อบริการให้กับสัตว์เลี้ยงของเรา) เป็นต้น ดังนั้นบริการในกลุ่มนี้จะเป็นบริการที่ให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวของสัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการก็ได้

ประเภทที่ 4 การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service)

บริการในกลุ่มนี้เป็นบริการที่ทำต่อสิ่งของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันตรงที่ลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” โดย “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น อนึ่งบริการประเภทนี้ลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาหาผู้ให้บริการ ณ สถานบริการเลย เนื่องจากเป็นบริการที่เน้นเกี่ยวกับการจัดกระทำกับข้อมูลสารสนเทศเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ดี ลูกค้าอาจจำเป็นต้องเข้าไปหาผู้ให้บริการในกรณีที่จำเป็น หรืออย่างน้อยก็ต้องเข้าไปหาในกรณีที่ลูกค้าไปติดต่อขอใช้บริการเป็นครั้งแรก

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติมา ทิพรัตน์ (2550) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพังงามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพังงาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพังงาจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโดยใช้วิธีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 200 รายสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าความถี่ร้อยละการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติแบบไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพังงาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 159 คนคิดเป็นร้อยละ 79.50 อายุ 20 – 25 ปีจำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 30.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 131 คนคิดเป็นร้อยละ 65.50 อาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน/ราชการจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 44.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไปจำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 48.50 และจากการทดสอบสมมติฐานคุณลักษณะส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามพบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลเพศอายุระดับการศึกษาอาชีพรายได้ส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามคือใครอยู่ในตลาดเป้าหมายผู้บริโภคซื้ออะไรทำไมผู้บริโภคจึงซื้อใครมีส่วนร่วมในการซื้อผู้บริโภคซื้อเมื่อใดผู้บริโภคซื้อที่ไหนผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ศศิธร เพียรธนาภคย์ (2553) การศึกษาโดยอิสระเรื่อง ปัจจัยของผู้บริโภคต่อการเลือกคลินิกความงามในห้างสรรพสินค้า เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคต่อการเลือกคลินิกความงาม โดยจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรสและอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการคลินิกความงามในห้างสรรพสินค้า จำนวน 270 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติค่าไค-สแควร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท มีสถานภาพสมรสเป็นโสด

และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรสและอาชีพ ให้ความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคลินิกความงาม ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

พันธุ์พิมล จีวรตานนท์ (2551) การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการความงามด้านผิวพรรณ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจขยายงานธุรกิจศูนย์ความงามด้านผิวพรรณในท้องที่เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยสอบถามผู้ที่มีอายุ 20-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร และใช้บริการตรวจสุขภาพที่คลินิก จำนวนทั้งสิ้น 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูป : SPSS/FW โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test (Independent Sample t-test), F-test (One-way ANOVA) และ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร มาใช้บริการตรวจสุขภาพที่คลินิกส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี สมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารความงามด้านผิวพรรณผ่านสื่อบุคคลจากการบอกกล่าวแนะนำจากพนักงานส่งเสริมการขาย สถานบริการ ผ่านสื่อโทรทัศน์ และผ่านกิจกรรมให้สินค้าทดลองใช้ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับความงามด้านผิวพรรณ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการสถานบริการความงามด้านผิวพรรณคือเพื่อช่วยให้ดูดีขึ้น นิยมใช้บริการสถานบริการความงามด้านผิวพรรณประเภทเวชสำอาง ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการไม่เกิน 500 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญต่อบริการในการเลือกใช้บริการความงามด้านผิวพรรณ โดยภาพรวมในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 พบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นข้อมูลข่าวสารความงาม

ด้านผิวพรรณ ความรู้เกี่ยวกับความงามด้านผิวพรรณ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค

กนกวรรณ ทองรีน (2555) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมความงามในจังหวัดสระบุรี การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางการตลาด และพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการเพศหญิงจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วย Independent Samples t-test และ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่าง และสถิติ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลกับการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับภาพพจน์และชื่อเสียงของคลินิก ด้านราคาให้ความสำคัญรับราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ ด้านพนักงานให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและชำนาญของแพทย์ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับความสะอาดของคลินิก พฤติกรรมการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้บริการคือเพื่อดูแลและคงสภาพผิวพรรณให้มีสุขภาพดีอยู่เสมอ โปรแกรมที่ใช้บริการคือ ชัดและพอกผิว ช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 16.00-18.00น. บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือตัวเอง ผลการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ด้านเหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บริการและด้านโปรแกรมที่ใช้บริการ

ชลิตา ซาลาประวรรตน์ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่กานต์สิริคลินิกย่านสะพานควาย กรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่กานต์สิริคลินิก สาขาสะพานควาย กรุงเทพมหานคร โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่มารับบริการที่กานต์สิริคลินิก สะพานควาย กรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก (convenience sampling) จำนวน 141 คน แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test, One way ANOVA และ ค่าไค-สแควร์ ผลการศึกษาพบว่าผู้มารับบริการที่กานต์สิริคลินิก สะพานควาย กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.2 เป็นเพศชาย 12.8 ส่วนใหญ่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท และมีสถานภาพโสด

ผู้มารับบริการมีความพึงพอใจมากในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านสภาพแวดล้อมและสถานที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่กานต์สิริคลินิก สะพานควาย กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่กานต์สิริคลินิก สะพานควาย กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลิปติณี บาเรย์ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทย โดยใช้กรอบในการศึกษา ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยกลยุทธ์ส่วนประกอบทางการตลาดบริการ (7P's marketing) เก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไค-สแควร์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง พนักงาน และข้าราชการ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสปามาก่อนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยเลือกใช้บริการสปาในโรงแรม ชอบการบริการนวดตัว โดยมีเหตุผลใจ คือ ต้องการคลายเครียดจากการทำงานเป็นหลัก เลือกใช้บริการสปาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ เวลาที่เหมาะสมในการทรีตเมนต์ในสปาคือ ไม่เกิน 2 ชั่วโมง ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาจะเลือกด้วยตัวเอง จะจองการใช้บริการสปาผ่านโทรศัพท์ ให้ความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากการบอกต่อจากเพื่อนหรือคนรู้จัก และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในอนาคตว่า แนวโน้มของความนิยมใช้บริการสปาในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นมากกว่าในปัจจุบัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทย

ไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสปามีความสำคัญระดับมากที่สุด โดยเฉพาะความเงียบสงบของสปาเป็นความต้องการที่มาเป็นอันดับแรก ต้องการให้บริการสปาที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือได้ ควรมีการแสดงราคาค่าบริการของสปาไว้อย่างชัดเจน มีระบบการชำระเงินค่าบริการของสปาที่สะดวกและหลายช่องทาง ควรลดราคาค่าบริการช่วงโลว์ซีซั่น บุคลากรในสปาควรมีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อยและปลอดภัยการใช้บริการสปา ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทย พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาที่ต่างกัน ทั้งในด้านสถานที่ ประเภทของการบริการ เหตุจูงใจในการเลือกช่วงเวลาของการบริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา วิธีการจองหรือเลือกใช้บริการสปา และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานบริการสปาที่ต่างกันจากการวิจัย นามาสู่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสปาในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนได้ให้ความสำคัญต่อบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส
- 2) มีการตกแต่งสปาแบบไทย
- 3) มีความร่วมมือของสถานที่และการแบ่งสัดส่วนการให้บริการที่ชัดเจน
- 4) ควรมีเครื่องดื่มต้อนรับที่มีเอกลักษณ์ของตน สปาต้องมีกลิ่นหอม สปาควรเงียบสงบ หรือมีการใช้เสียงเพลงที่สร้างเสริมบรรยากาศในการผ่อนคลาย
- 5) บุคลากรในสปาควรได้รับการฝึกอบรมทั้งทางด้านวิชาการและการให้บริการ มีกิริยามารยาทที่ดี และควรมีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ
- 6) มีการแสดงราคาค่าบริการที่ชัดเจนและมีหลายช่องทางในการชำระค่าบริการ
- 7) ธุรกิจสปาในประเทศไทยในอนาคตควรปรับให้เป็น "One stop service" คือ มีการบริการที่ครบครันทั้งด้านการให้บริการ เป็นที่ฝึกอบรมบุคลากร ด้านสปา เป็นที่พัก และเป็นที่พักผ่อนด้านสุขภาพ เพื่อเป็นการประหยัด เวลาและการเดินทางของผู้บริโภค
- 8) สปาควรมีรายการให้บริการหลากหลายภาษาตามกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของตน
- 9) ผู้ประกอบการควรสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในการให้บริการให้มีความหลากหลาย และแตกต่างจากคู่แข่ง
- 10) ธุรกิจสปาควรรวมตัวกันออกงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ กำหนดการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่เป็นรูปแบบชัดเจนให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจสปาในประเทศไทย

สิกันต์ บำรุงศรี (2550) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้บริโภค การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้บริโภค โดยศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนตัว และ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน

บุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และพฤติกรรมการใช้บริการ ที่มีแนวโน้ม พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้บริโภค จำนวน 405 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของการเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีกำลังสองน้อยที่สุด และการทดสอบความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับ สังคมศาสตร์ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และพักอาศัยบ้านเดี่ยว บัณฑิตด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง พฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามใน ย่านถนนสีลม พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการสปามากที่สุด พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการนวดเพื่อการ ผ่อนคลายความเครียด ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสปาจากแหล่งหนังสือพิมพ์/นิตยสาร มีความถี่ในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมเฉลี่ย 6 ครั้งต่อ 3 เดือน จำนวน เงินที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมเฉลี่ย 1,290 บาทต่อครั้ง และตัวท่านเอง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลม อยู่ในระดับมากที่สุด บัณฑิตด้านส่วนประสมการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจใช้ บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้บริโภค ด้านแนวโน้มการใช้บริการใน อนาคตระดับต่ำ ทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้กำหนดวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยมีวิธีการคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จากสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane เพื่อให้ได้ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคาดเคลื่อนได้ 5% ตามสูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ	n	= ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	= จำนวนประชากร
	e	= ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 5%

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{47,587}{1 + 47,587(0.05)^2}$$

$$= 396.66$$

3.1.2 การสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่คำนึงว่าตัวอย่างแต่ละหน่วยมีโอกาสถูกเลือกมากน้อยเท่าไร และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยให้สัดส่วนของจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เท่ากันในแต่ละแห่งตามที่กำหนดไว้ และสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการสถานเสริมความงามและสะดวกในการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.2.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างร่างของแบบสอบถามงานวิจัย ประกอบด้วยข้อคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถาม 6 ข้อ ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีข้อคำถาม 30 ข้อ ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ราคา
- ช่องทางในการจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด
- พนักงานให้บริการ
- กระบวนการให้บริการ
- สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีข้อคำถาม 7 ข้อ ประกอบด้วย

- ผู้ใช้บริการซื้ออะไร
- เพราะเหตุใดผู้ให้บริการจึงซื้อ
- ผู้ใช้บริการซื้อเมื่อใด
- ผู้ใช้บริการซื้อที่ไหน
- ผู้ใช้บริการซื้ออย่างไร

3.2.1.2 นำร่างของแบบสอบถามงานวิจัยเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

3.2.1.3 นำร่างของแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเหมาะสมของเนื้อหา

3.2.1.4 นำร่างของแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขและปรับปรุงแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัต (Cronbach) โดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด

3.2.1.5 นำแบบสอบถามที่ได้หาค่าความเที่ยงตรงและหาความเชื่อมั่นมาปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาต่อไป

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเป็นข้อมูลปฐมภูมิ คือ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด จากสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีด้วยตนเอง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยได้จัดทำจดหมายขออนุญาตสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามให้ผู้มาใช้บริการตอบคำถามเกี่ยวกับงานวิจัย

3.3.2 ผู้วิจัยทำการเตรียมแบบสอบถามให้พร้อมและเพียงพอต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงาม

3.3.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามตามที่ได้ทำการแจกที่สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยทำการชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีในการตอบแบบสอบถามก่อนลงมือทำแบบสอบถาม

3.3.4 ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วทุกชุด เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้แล้ว นำแบบสอบถามนั้นมาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.3.4.1 นำแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะด้านบุคคล

3.3.4.2 นำแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่ทำให้ผู้ใช้บริการสนใจเข้ารับบริการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถานเสริมความงาม

3.3.4.3 นำแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภค โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการ

3.3.4.4 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนและคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) ของ Likert ดังนี้

คะแนนระดับ 5	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนระดับ 4	หมายถึง	มาก
คะแนนระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนระดับ 2	หมายถึง	น้อย
คะแนนระดับ 1	หมายถึง	ไม่มีผล (น้อยที่สุด)

การแปลความหมาย โดยการใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์สำหรับแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (interval)} &= \frac{\text{พิสัย (range)}}{\text{จำนวนชั้น (class)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

โดยการอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (interval scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.21	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	สำคัญน้อยที่สุด

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ดังนี้

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) หรือค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ (numbers), ค่าร้อยละ (percentage), ค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3.4.2 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัต (Cronbach) ซึ่งค่าที่ได้แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยค่า α จะอยู่ระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ โดยค่าที่ใกล้เคียง 1 มากนั้น แสดงว่ามีความเชื่อมั่นได้สูง

3.4.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.4.3.1 ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม โดยนำมาใช้ทดสอบลักษณะส่วนบุคคล วิเคราะห์ตัวแปรเพศ โดยใช้สูตร Independent t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

3.4.3.2 ค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one way analysis of variance) ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยทดสอบลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

3.4.3.3 ใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Square Difference) ซึ่งเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (ปัจจัยส่วนบุคคล) กับตัวแปรตาม (การตัดสินใจใช้สถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี)

3.4.3.4 ใช้การทดสอบ Crosstabs เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการกระจายของข้อมูลสัดส่วนตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (ปัจจัยส่วนบุคคล) กับตัวแปรตาม (พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด
n	แทน	จำนวนผู้บริการของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
Sig.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นหรือค่าความแตกต่าง
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

4.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี



4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน) n = 400	ร้อยละ (100.00)
เพศ		
ชาย	54	13.50
หญิง	346	86.50
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	32	8.00
20 – 30 ปี	196	49.00
31 – 45 ปี	120	30.00
46 ปีขึ้นไป	52	13.00
สถานภาพสมรส		
โสด	280	70.00
สมรส	120	30.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	116	29.00
ปริญญาตรี	238	59.50
สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.50

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	n = 400	(100.00)
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	71	17.75
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	122	30.50
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	104	26.00
แม่บ้าน/พอบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	31	7.75
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	72	18.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	26	6.50
5,000 – 10,000 บาท	98	24.50
10,001 – 15,000 บาท	79	19.75
15,001 – 20,000 บาท	69	17.25
20,001 – 30,000 บาท	69	17.25
30,000 บาทขึ้นไป	59	14.75

จากตาราง 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน มีลักษณะประชากรจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 และเป็นเพศชายจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา มีอายุ 31-45 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อายุ 46-60 ปีขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 เป็นค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และเป็นแม่บ้าน/พอบ้านไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมารายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 รายได้ 15,001-20,000 และรายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวนเท่ากัน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 รายได้ 30,000 ขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ



4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขต อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง
นนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

การตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ				
- ชื่อเสียงของสถานเสริมความงามเป็นที่ยอมรับ	3.94	0.67	มาก	6
- สถานเสริมความงามมีการบริการหลากหลายให้เลือกใช้ บริการได้ครบครัน	3.97	0.72	มาก	4
- สถานเสริมความงามที่มีหลายสาขาให้บริการได้อย่างทั่วถึง	3.95	0.80	มาก	5
- สถานเสริมความงามใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี	4.09	0.75	มาก	1
- สถานเสริมความงามมีการจัดระเบียบการค้าอย่างถูกต้อง	4.04	0.79	มาก	2
- สถานเสริมความงามได้รับรางวัลหรือการรับรองด้านการ บริการจากองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญ	3.99	0.80	มาก	3
รวม	4.00	0.76	มาก	
2. ด้านราคา				
- มีราคาคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ	4.15	0.72	มาก	1
- ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าเมื่อเทียบกับสถานเสริมความงาม อื่นๆ ในระดับเดียวกัน	4.09	0.73	มาก	3
- มีการแสดงราคาให้ผู้ใช้บริการเห็นอย่างชัดเจน	4.13	0.73	มาก	2
- มีราคาให้เลือกหลายระดับตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.05	0.75	มาก	4

ตาราง 4.2 (ต่อ)

การตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	ลำดับ
รวม	4.11	0.73	มาก	
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
- สถานเสริมความงามควรตั้งอยู่บนเส้นทาง หรือ ถนนที่ สามารถเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก และปรับเปลี่ยน เส้นทางได้ตามความเหมาะสม (เส้นทาง ถนน)	4.00	0.77	มาก	2
- สถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีการให้บริการ ขนส่งมวลชน เช่น BTS, MRT รถประจำทาง เป็นต้น หรือ สามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้	4.10	0.75	มาก	1
- สถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ เช่น ธนาคาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ตลาดสด, ร้านอาหาร เป็นต้น	4.10	0.75	มาก	1
รวม	4.07	0.76	มาก	
4. ด้านส่งเสริมการตลาด				
- มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง	3.82	0.71	มาก	5
- มีการลดราคา แจกของที่ระลึก หรือให้บริการพิเศษตาม เทศกาลพิเศษ เช่น ขึ้นปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น	3.96	0.78	มาก	4
- ให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการประจำ เช่น ส่วนลดหรือ บริการเสริมพิเศษ	4.07	0.76	มาก	1
- มีการแจกคูปองส่วนลด/คูปองทดลองใช้ฟรี เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้ทดลองใช้บริการที่ไม่เคยใช้มาก่อนหรือผู้ที่คาดว่าจะมาเป็น ลูกค้าในอนาคตได้มีโอกาสทดลองใช้บริการ	4.01	0.74	มาก	3

ตาราง 4.2 (ต่อ)

การตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ	ลำดับ
- มีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram ใน การแจ้งข่าวสารให้ผู้ให้บริการทราบถึงความเคลื่อนไหว หรือกิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ	4.05	0.74	มาก	2
รวม	3.98	0.75	มาก	
5. ด้านพนักงานให้บริการ				
- พนักงานให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย	4.14	0.72	มาก	4
- พนักงานให้บริการมีความสะอาด มีมารยาท มีอัธยาศัยดี	4.24	0.70	มากที่สุด	3
- พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ	4.33	0.66	มากที่สุด	2
- พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน สามารถ ตอบข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้	4.35	0.68	มากที่สุด	1
รวม	4.27	0.69	มากที่สุด	
6. ด้านกระบวนการให้บริการ				
- มีขั้นตอนการให้บริการที่คล่องตัว ไม่ซับซ้อน	4.22	0.66	มากที่สุด	4
- ให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน	4.3	0.68	มากที่สุด	2
- มีมาตรฐานการให้บริการ มีควิลำดับก่อน-หลัง	4.25	0.67	มากที่สุด	3
- มีขั้นตอนการให้บริการที่ปลอดภัย มั่นใจได้	4.33	0.67	มากที่สุด	1
รวม	4.28	0.67	มากที่สุด	
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ				
- การตกแต่งภายในร้านที่โดดเด่น และเหมาะสม	4.12	0.69	มาก	3
- ร้านมีความสะอาดและเรียบร้อย	4.29	0.70	มากที่สุด	1
- บรรยากาศภายในร้านปลอดโปร่งสบาย ไม่รู้สึกอึดอัด	4.18	0.70	มาก	2
- เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านดูทันสมัย	4.01	0.72	มาก	4
รวม	4.15	0.70	มาก	
ระดับความคิดเห็นโดยรวม	4.12	0.72	มาก	

จากตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= 0.72)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 0.76) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านสถานเสริมความงามใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D.= 0.75), ด้านสถานเสริมความงามมีการจดทะเบียนการค้าอย่างถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= 0.79), สถานเสริมความงามได้รับรางวัลหรือการรับรองด้านการบริการจากองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 0.80), สถานเสริมความงามมีการบริการหลากหลายให้เลือกใช้บริการได้ครบครัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D.= 0.72), สถานเสริมความงามที่มีหลายสาขาให้บริการได้อย่างทั่วถึง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.80) และชื่อเสียงของสถานเสริมความงามเป็นที่ยอมรับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D.= 0.67) ตามลำดับ

2. ด้านราคา

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D.= 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านสถานเสริมความงามมีราคาคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D.= 0.72), สถานเสริมความงามมีการแสดงราคาให้ผู้ใช้บริการเห็นอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D.= 0.73), สถานเสริมความงามมีราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าเมื่อเทียบกับสถานเสริมความงามอื่นๆ ในระดับเดียวกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D.= 0.73), และสถานเสริมความงามมีราคาให้เลือกหลายระดับตามความต้องการของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.75) ตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านสถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีการให้บริการขนส่งมวลชน เช่น BTS, MRT รถประจำทาง เป็นต้น หรือสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้ และสถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ธนาคาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ตลาดสด, ร้านอาหาร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D.= 0.75) และสถานเสริมความงามควรตั้งอยู่บนเส้นทาง หรือ ถนนที่สามารถเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก และปรับเปลี่ยนเส้นทางได้ตามความเหมาะสม (เส้นทาง ถนน) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 0.77) ตามลำดับ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านส่งเสริมการตลาดโดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D.= 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการประจำ เช่น ส่วนลดหรือบริการเสริมพิเศษ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= 0.76), มีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram ในการแจ้งข่าวสารให้ผู้ใช้บริการทราบถึงความเคลื่อนไหว หรือกิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D.= 0.74), มีการแจกวoucher ส่วนลด/คูปองทดลองใช้ฟรี เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ทดลองใช้บริการที่ไม่เคยใช้มาก่อนหรือผู้ที่คาดว่าจะมาเป็นลูกค้าในอนาคตได้มีโอกาสทดลองใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.74), มีการลดราคา แจกของที่ระลึก หรือให้บริการพิเศษตามเทศกาลพิเศษ เช่น ขึ้นปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D.= 0.78) และมีการโฆษณาร้านอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D.= 0.71) ตามลำดับ

5. ด้านพนักงานให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านพนักงานให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านพนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน สามารถตอบข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.68) , พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.66) , พนักงานให้บริการมีความสะอาด มีมารยาท มีอัธยาศัยดี อยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.70) และพนักงานให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านมีขั้นตอนการให้บริการที่ปลอดภัย มั่นใจได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.67) , ให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.68) , มีมาตรฐานการให้บริการ มีคิวลำดับก่อน-หลัง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.67) และมีขั้นตอนการให้บริการที่คล่องตัว ไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในด้านร้านมีความสะอาดและเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.70) , บรรยากาศภายในร้านปลอดภัยโปร่งสบาย ไม่รู้สึกอึดอัด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$,

S.D.= 0.70) , การตกแต่งภายในร้านที่โดดเด่น และเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= 0.69) และเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านดูทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D.= 0.72) ตามลำดับ



4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม	จำนวน (คน) (n = 400)	ร้อยละ (100.00)
ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด		
ตัด – แต่งทรงผม	222	55.50
แต่งหน้า	13	3.25
ทำเล็บ	70	17.50
กำจัดขน	59	14.75
ฉีด – พอกผิว	36	9.00
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร		
น้อยกว่า 500 บาท	185	46.25
500 – 1,000 บาท	173	43.25
1,001 – 1,500 บาท	33	8.25
1,500 บาทขึ้นไป	9	2.25
ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด		
ตามแฟชั่น ดาราศิลปินที่ชื่นชอบ	58	14.50
เสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจ	181	45.25
มีงานพิธีสำคัญ	39	9.75
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	15	3.75

ตาราง 4.3 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม	จำนวน (คน) (n = 400)	ร้อยละ (100.00)
มีอัตราค่าบริการเหมาะสม	40	10.00
ช่างมีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับ	67	16.75
ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	149	37.25
2 – 3 ครั้ง	230	57.50
4 – 6 ครั้ง	14	3.50
มากกว่า 6 ครั้ง	7	1.75
ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด		
ช่วงเช้า (10.00 – 12.00 น.)	105	26.25
ช่วงบ่าย (12.01 – 16.00 น.)	90	22.50
ช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น.)	138	34.50
ช่วงค่ำ (19.01 – 21.00 น.)	67	16.75
ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	116	29.00
1 – 2 ชั่วโมง	224	56.00
2 – 4 ชั่วโมง	60	15.00
ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด		
ชำระด้วยเงินสด	385	96.25
ชำระด้วยบัตรเครดิต	15	3.75

จากตาราง 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาเป็นการทำเล็บ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 กำจัดขน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ขัด-พอกผิว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และแต่งหน้า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาเป็นการ 500 – 1,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และ 1,500 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาช่างมีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามแฟชั่น ดาราศิลปินที่ชื่นชอบ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 มีอัตราค่าบริการเหมาะสม จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 มีงานพิธีสำคัญ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาเป็นการน้อยกว่า 1 ครั้ง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 4-6 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และมากกว่า 6 ครั้งจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น.) มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาเป็นการช่วงเช้า (10.00 – 12.00 น.) จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ช่วงบ่าย (12.01 –

16.00 น.) จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และช่วงค่ำ (19.01 – 21.00 น.) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีในแต่ละครั้งทำนใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ใช้เวลา 1 – 2 ชั่วโมงมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาเป็น น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ 2 – 4 ชั่วโมง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสดมากที่สุด จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.25 และชำระด้วยบัตรเครดิต จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75



4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4.4.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1

การตัดสินใจใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขต อำเภอเมืองนนทบุรี	ค่าเฉลี่ยของเพศ				t
	ชาย n=54		หญิง n=346		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	23.48	3.67	24.04	3.34	0.25
ด้านราคา	15.94	2.35	16.49	2.31	0.10
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	11.75	2.07	12.20	1.97	0.12
ด้านส่งเสริมการตลาด	19.87	3.22	19.90	2.74	0.93
ด้านพนักงานให้บริการ	17.00	2.56	17.06	2.29	0.85
ด้านกระบวนการให้บริการ	16.72	2.42	17.16	2.22	0.18
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และการนำเสนอ	16.38	2.31	16.62	2.26	0.47
ภาพรวม	121.16	14.25	123.50	13.23	0.23

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามใน

เขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน พบว่า เพศของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4.4.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	26.41	3	6.60	0.572	0.683
	ภายในกลุ่ม	4559.22	396	11.54		
	รวม	4585.64	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	29.87	3	7.46	1.392	0.236
	ภายในกลุ่ม	2119.56	396	5.36		
	รวม	2149.44	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	41.59	3	10.39	2.666	0.032*
	ภายในกลุ่ม	1540.70	396	3.90		
	รวม	1582.29	399			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	8.80	3	2.20	0.277	0.893
	ภายในกลุ่ม	3137.19	396	7.94		
	รวม	3146.00	399			
ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	59.59	3	14.89	2.789	0.026*
	ภายในกลุ่ม	2110.30	396	5.34		
	รวม	2169.89	399			

ตาราง 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	45.87	3	11.46	2.275	0.061
	ภายในกลุ่ม	1990.92	396	5.04		
	รวม	2036.79	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	12.07	3	3.01	0.585	0.673
	ภายในกลุ่ม	2036.31	396	5.15		
	รวม	2048.39	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	982.28	3	245.57	1.376	0.241
	ภายในกลุ่ม	70486.65	396	178.44		
	รวม	71468.93	399			

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านพนักงานให้บริการ ผู้ใช้บริการมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 4.6

ตาราง 4.6 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขต
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ

ปัจจัยการตัดสินใจ	อายุ	\bar{X}	อายุต่ำกว่า 20 ปี			
			อายุต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46-60 ปีขึ้นไป
		\bar{X}	11.81	11.87	12.53	12.46
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 20 ปี	11.81	-	-0.06	-0.72	-0.65
	20-30 ปี	11.87		-	-0.65*	-0.59
	31-45 ปี	12.53			-	0.06
	46 ปีขึ้นไป	12.46				-
		\bar{X}	16.65	16.72	17.50	17.44
ด้านพนักงานให้บริการ	ต่ำกว่า 20 ปี	16.65	-	-0.07	-0.84	-0.79
	20-30 ปี	16.72		-	-0.77*	-0.71
	31-45 ปี	17.50			-	0.05
	46-60 ปีขึ้นไป	17.44				-

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.6 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอายุ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีที่มีอายุ 20-30 ปี ($\bar{X} = 11.87$) มีระดับการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 31-45 ปี ($\bar{X} = 12.53$)

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจด้านพนักงานให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1

คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีที่มีอายุ 20-30 ปี ($\bar{X} = 16.72$) มีระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 31-45 ปี ($\bar{X} = 17.50$)

4.4.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

ตาราง 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3

ปัจจัยการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ยของสถานภาพสมรส				t
	โสด n = 279		สมรส n = 120		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	23.68	3.37	24.61	3.36	0.01*
ด้านราคา	16.17	2.36	16.98	2.13	0.00*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	11.91	2.02	12.70	1.79	0.00*
ด้านส่งเสริมการตลาด	19.76	2.78	20.24	2.83	0.11
ด้านพนักงานให้บริการ	16.81	2.35	17.60	2.18	0.00*
ด้านกระบวนการให้บริการ	16.89	2.30	17.55	2.09	0.00*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และการนำเสนอ	16.46	2.29	16.89	2.18	0.08
ภาพรวม	121.70	13.54	126.58	12.44	0.00*

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 พบว่า สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส ในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพสมรส ในด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ มีระดับการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.4.1.4 สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน



ตาราง 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	133.08	2	66.54	5.933	0.00*
	ภายในกลุ่ม	4452.55	397	11.21		
	รวม	4585.64	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	50.42	2	25.21	4.769	0.00*
	ภายในกลุ่ม	2099.01	397	5.28		
	รวม	2149.44	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	33.22	2	16.61	4.257	0.01*
	ภายในกลุ่ม	1549.07	397	3.90		
	รวม	1582.29	399			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.75	2	2.87	0.364	0.69
	ภายในกลุ่ม	3140.24	397	7.91		
	รวม	3146.00	399			
ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	66.29	2	33.14	6.256	0.00*
	ภายในกลุ่ม	2103.60	397	5.29		
	รวม	2169.89	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	76.02	2	38.01	7.696	0.00*
	ภายในกลุ่ม	1960.77	397	4.93		
	รวม	2036.79	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	93.50	2	46.75	9.494	0.00*
	ภายในกลุ่ม	1954.89	397	4.92		
	รวม	2048.39	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2618.86	2	1309.43	7.550	0.00*
	ภายในกลุ่ม	68850.07	397	173.42		
	รวม	71468.93	399			

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.8 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 4.9



ตาราง 4.9 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขต
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยการตัดสินใจ	อายุ	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ระดับการศึกษา		
			ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	23.13	-	-1.05*	-1.77*
	ปริญญาตรี	24.19	-	-	-0.71
	สูงกว่าปริญญาตรี	24.91	-	-	-
ด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	15.97	-	-0.51*	-1.19*
	ปริญญาตรี	16.49	-	-	0.68
	สูงกว่าปริญญาตรี	17.17	-	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	11.84	-	-0.31	-1.00*
	ปริญญาตรี	12.15	-	-	-0.68*
	สูงกว่าปริญญาตรี	12.84	-	-	-
ด้านพนักงานให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	16.64	-	-0.40	-1.41*
	ปริญญาตรี	17.05	-	-	-1.01*
	สูงกว่าปริญญาตรี	18.06	-	-	-
ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	16.55	-	-0.64*	-1.47*
	ปริญญาตรี	17.19	-	-	-0.82*
	สูงกว่าปริญญาตรี	18.02	-	-	-
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	15.88	-	-0.90*	-1.45*
	ปริญญาตรี	16.79	-	-	0.55
	สูงกว่าปริญญาตรี	17.34	-	-	-

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

นนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 16.55$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{X} = 17.19$) และสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 18.02$) และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{X} = 17.19$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 18.02$)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 15.88$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{X} = 16.79$) และสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 17.34$)

4.4.1.5 สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน



ตาราง 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	179.07	5	35.81	3.202	0.00*
	ภายในกลุ่ม	4406.56	394	11.18		
	รวม	4585.64	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	78.02	5	15.60	2.968	0.01*
	ภายในกลุ่ม	2071.41	394	5.25		
	รวม	2149.44	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	48.13	5	9.62	2.472	0.03*
	ภายในกลุ่ม	1534.16	394	3.89		
	รวม	1582.29	399			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	59.56	5	11.91	1.521	0.18
	ภายในกลุ่ม	3086.43	394	7.83		
	รวม	3146.00	399			
ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	38.24	5	7.65	1.414	0.21
	ภายในกลุ่ม	2131.64	394	5.41		
	รวม	2169.89	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	52.25	5	10.45	2.075	0.06
	ภายในกลุ่ม	1984.54	394	5.03		
	รวม	2036.78	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	31.67	5	6.33	1.238	0.29
	ภายในกลุ่ม	2016.71	394	5.11		
	รวม	2048.39	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2394.43	5	478.88	2.732	0.01*
	ภายในกลุ่ม	69074.50	394	175.31		
	รวม	71468.93	399			

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 4.11

ตาราง 4.11 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยการตัดสินใจ	อาชีพ	อาชีพ					
		ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/นักศึกษา	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
		\bar{X}	23.78	23.34	24.32	23.06	25.05
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	นักเรียน/นักศึกษา	23.78	-	0.44	-0.53	0.72	-1.26
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	23.34		-	-0.98*	0.27	-1.71*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24.32			-	1.26	-0.73
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	23.06				-	-1.99*
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	25.05					-
		\bar{X}	16.35	15.87	16.67	16.61	16.86
ด้านราคา	นักเรียน/นักศึกษา	16.35	-	0.47	-0.32	-0.26	-0.51
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	15.87		-	-0.79*	-0.73	-0.99*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16.67			-	0.06	-0.19
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	16.61				-	-0.25
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	16.86					-

ตาราง 4.11 (ต่อ)

ปัจจัยการตัดสินใจ	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ				
			นักเรียน/นักศึกษา	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
		\bar{X}	11.92	11.80	12.44	11.87	12.60
ด้านช่องทาง	นักเรียน/นักศึกษา	11.92	-	0.12	-0.51	0.05	-0.67*
	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	11.80		-	-0.63*	-0.06	-0.80*
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	12.44			-	0.57	-0.16
การจัดจำหน่าย	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	11.87				-	-0.73
	ประกอบอาชีพ						
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	12.60					-

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.11 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 23.34$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 24.32$) อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 25.05$) และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ($\bar{X} = 23.06$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 25.05$)

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพลูกจ้าง/

พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 15.87$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 16.67$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 16.86$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 11.92$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 12.60$) และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ($\bar{X} = 11.80$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 12.44$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 12.60$)

4.4.1.6 สมมติฐานที่ 1.6 รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน



ตาราง 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	200.50	5	40.10	3.603	0.00*
	ภายในกลุ่ม	4385.13	394	11.13		
	รวม	4585.64	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	52.90	5	10.58	1.989	0.07
	ภายในกลุ่ม	2096.53	394	5.32		
	รวม	2149.44	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	64.62	5	12.92	3.356	0.00*
	ภายในกลุ่ม	1517.66	394	3.85		
	รวม	1582.29	399			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.06	5	0.81	0.102	0.99
	ภายในกลุ่ม	3141.93	394	7.97		
	รวม	3146.00	399			
ด้านพนักงานให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	125.13	5	25.02	4.822	0.00*
	ภายในกลุ่ม	2044.76	394	5.19		
	รวม	2169.89	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	82.90	5	16.58	3.344	0.00*
	ภายในกลุ่ม	1953.89	394	4.95		
	รวม	2036.79	399			
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ	ระหว่างกลุ่ม	93.71	5	18.74	3.778	0.00*
	ภายในกลุ่ม	1954.67	394	4.96		
	รวม	2048.39	399			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3270.59	5	654.18	3.779	0.00*
	ภายในกลุ่ม	68198.34	394	173.09		
	รวม	71468.93	399			

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.13

ตาราง 4.13 การทดสอบรายคู่เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	รายได้ต่อเดือน					
			ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป
		\bar{X}	23.19	23.27	23.91	23.92	24.05	25.49
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	23.19	-	-0.08	-0.71	-0.73	-0.86	-2.29*
	5,000-10,000 บาท	23.27		-	-0.63	-0.65	-0.78	-2.21*
	10,001-15,000 บาท	23.91			-	-0.01	-0.14	-1.58*
	15,001-20,000 บาท	23.92				-	-0.13	-1.56*
	20,001-30,000 บาท	24.05					-	-1.43*
	30,000 บาทขึ้นไป	25.49						-
		\bar{X}	11.19	11.88	12.35	11.92	12.28	12.81
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 5,000 บาท	11.19	-	-0.69	-1.16*	-0.73	-1.09*	-1.62*
	5,000-10,000 บาท	11.88		-	-0.46	-0.03	-0.40	-0.92*
	10,001-15,000 บาท	12.35			-	0.42	0.06	-0.45
	15,001-20,000 บาท	11.92				-	-0.36	-0.88*
	20,001-30,000 บาท	12.28					-	-0.52

ตาราง 4.13 (ต่อ)

ปัจจัย	รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	รายได้ต่อเดือน						
			ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	
	30,000 บาทขึ้นไป	12.81							-
		\bar{X}	17.03	16.36	17.13	17.00	17.00	18.20	
ด้านพนักงานให้บริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	17.03	-	0.67	-0.10	0.03	0.03	-1.16*	
	5,000-10,000 บาท	16.36		-	-0.77*	-0.63	-0.63	-1.83*	
	10,001-15,000 บาท	17.13			-	0.13	0.13	-1.06*	
	15,001-20,000 บาท	17.00				-	0.00	-1.20*	
	20,001-30,000 บาท	17.00					-	-1.20*	
	30,000 บาทขึ้นไป	18.20						-	
		\bar{X}	16.42	16.52	17.32	17.04	17.40	17.77	
ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	16.42	-	-0.09	-0.90	-0.62	-0.98	-1.35*	
	5,000-10,000 บาท	16.52		-	-0.80*	-0.52	-0.88*	-1.25*	
	10,001-15,000 บาท	17.32			-	0.28	-0.07	-0.45	
	15,001-20,000 บาท	17.04				-	-0.36	-0.73	
	20,001-30,000 บาท	17.40					-	-0.37	
	30,000 บาทขึ้นไป	17.77						-	
		\bar{X}	16.00	15.93	17.10	16.65	16.59	17.20	
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	16.00	-	0.06	-1.10*	-0.65	-0.59	-1.20*	
	5,000-10,000 บาท	15.93		-	-1.16*	-0.71*	-0.65	-1.26*	
	10,001-15,000 บาท	17.10			-	0.44	0.50	-0.10	
	15,001-20,000 บาท	16.65				-	0.05	-0.55	
	20,001-30,000 บาท	16.59					-	-0.60	
	30,000 บาทขึ้นไป	17.20						-	

*ระดับนัยสำคัญ 0.05

5,000-10,000 บาท ($\bar{X} = 15.93$) มีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ($\bar{X} = 17.10$) , 15,001-20,000 บาท ($\bar{X} = 16.65$) และ 30,000 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 17.20$)

4.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

4.4.2.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี



ตาราง 4.14 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)

ประเภทของการใช้บริการ ในสถานเสริมความงาม		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ตัด-แต่งทรงผม	จำนวน (คน)	46	176	222
	ร้อยละ	20.70	79.30	100.00
แต่งหน้า	จำนวน (คน)	0	13	13
	ร้อยละ	0	100.00	100.00
ทำเล็บ	จำนวน (คน)	0	70	70
	ร้อยละ	0	100.00	100.00
กำจัดขน	จำนวน (คน)	5	54	59
	ร้อยละ	8.50	91.50	100.00
ฉีด-พอกผิว	จำนวน (คน)	3	33	36
	ร้อยละ	8.30	91.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.14 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 รองลงมาเป็นการกำจัดขน และฉีด-พอกผิว ตามลำดับ

ด้านเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 79.30 รองลงมาเป็นการทำเล็บ กำจัดขน ฉีด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ตาราง 4.15 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		เพศ		รวม
		ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 500 บาท	จำนวน (คน)	43	142	185
	ร้อยละ	23.20	76.80	100.00
500-1,000 บาท	จำนวน (คน)	9	164	173
	ร้อยละ	5.20	94.80	100.00
1,000-1,500 บาท	จำนวน (คน)	0	33	3
	ร้อยละ	0	100.00	100.00
1,500 บาทขึ้นไป	จำนวน (คน)	2	7	9
	ร้อยละ	22.20	77.80	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.15 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมา 500-1,000 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท มากที่สุดจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 94.80 รองลงมาเป็น น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ตาราง 4.16 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ตามแฟชั่น ดารา	จำนวน (คน)	5	53	58
ศิลปินที่ชื่นชอบ	ร้อยละ	8.60	91.40	100.00
เสริมบุคลิกภาพและ ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	จำนวน (คน)	31	150	181
	ร้อยละ	17.10	82.90	100.00
มีงานพิธีสำคัญ	จำนวน (คน)	2	37	39
	ร้อยละ	5.10	94.90	100.00
ได้รับคำแนะนำ	จำนวน (คน)	0	15	15
จากเพื่อน	ร้อยละ	0	100.00	100.00
มีอัตราค่าบริการ เหมาะสม	จำนวน (คน)	7	33	40
	ร้อยละ	17.50	82.5	100.00
ช่างมีฝีมือ มีความ เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	9	58	67
	ร้อยละ	13.00	87.00	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.16 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาช่างมีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม ตามแฟชั่น ดาราศิลปินที่ชื่นชอบ และมีงานพิธีสำคัญ ตามลำดับ

ด้านเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน

150 คน คิดเป็นร้อยละ 82.90 รองลงมาช่างมีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่น ดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน

ตาราง 4.17 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)

ความถี่ในการใช้บริการสถานเสริมความงามต่อเดือน		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 1 ครั้ง	จำนวน (คน)	31	118	149
	ร้อยละ	20.80	79.20	100.00
เดือนละ 2-3 ครั้ง	จำนวน (คน)	21	209	230
	ร้อยละ	9.10	90.90	100.00
เดือนละ 4-6 ครั้ง	จำนวน (คน)	1	13	14
	ร้อยละ	7.10	92.90	100.00
มากกว่า 6 ครั้ง	จำนวน (คน)	1	6	7
	ร้อยละ	14.30	85.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.17 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 รองลงมาใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้ง เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ

90.90 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ตาราง 4.18 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)

ช่วงเวลาที่ให้บริการ		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.)	จำนวน (คน)	15	90	105
	ร้อยละ	14.30	85.70	100.00
ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.)	จำนวน (คน)	13	77	90
	ร้อยละ	14.40	85.60	100.00
ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.)	จำนวน (คน)	17	121	138
	ร้อยละ	12.30	87.70	100.00
ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.)	จำนวน (คน)	9	58	67
	ร้อยละ	13.40	86.60	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.18 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 87.70 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ตาราง 4.19 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)

ระยะเวลาในการใช้บริการ		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	35	81	116
	ร้อยละ	30.20	69.80	100.00
1 – 2 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	17	207	224
	ร้อยละ	7.60	92.40	100.00
2 – 4 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	2	58	60
	ร้อยละ	3.30	96.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.19 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้

บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 30.20 รองลงมาใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ ด้านเพศหญิง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 92.40 รองลงมาใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตาราง 4.20 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระค่าบริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)

การชำระค่าบริการ		เพศ		
		ชาย	หญิง	รวม
ชำระด้วยเงินสด	จำนวน (คน)	50	335	385
	ร้อยละ	13.00	87.00	100.00
ชำระด้วยบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	4	11	15
	ร้อยละ	26.70	73.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	54	346	400
	ร้อยละ	13.50	86.50	100.00

จากตาราง 4.20 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน และชำระด้วยบัตรเครดิตจำนวน 15 คน

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และชำระผ่านบัตรเครดิตจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70

ด้านเพศหญิง ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 และชำระผ่านบัตรเครดิต 11 คน คิดเป็นร้อยละ 73.30

4.4.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.21 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)

ประเภทของการใช้บริการ ในสถานเสริมความงาม		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
ตัด-แต่งทรงผม	จำนวน (คน)	13	101	72	36	222
	ร้อยละ	5.90	45.50	32.40	16.20	100.00
แต่งหน้า	จำนวน (คน)	0	5	6	2	13
	ร้อยละ	0	38.50	46.20	15.40	100.00
ทำเล็บ	จำนวน (คน)	4	41	18	7	70
	ร้อยละ	5.70	58.60	25.70	10.00	100.00
กำจัดขน	จำนวน (คน)	15	30	12	2	59
	ร้อยละ	25.40	50.80	20.30	3.40	100.00
ฉีด-พอกผิว	จำนวน (คน)	0	19	12	5	36
	ร้อยละ	0	52.80	33.30	13.90	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.21 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปีใช้บริการกำจัดขนมากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 รองลงมาเป็นตัด-แต่งทรงผม และทำเล็บ ตามลำดับ

ด้านอายุ 20-30 ปีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาเป็นทำเล็บ กำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านอายุ 31-45 ปีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 รองลงมาเป็นทำเล็บ กำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านอายุ 46 ปีขึ้นไปใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 รองลงมาเป็นทำเล็บ ขัด-พอกผิว กำจัดขน และแต่งหน้า ตามลำดับ

ตาราง 4.22 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 500 บาท	จำนวน (คน)	26	91	43	25	185
	ร้อยละ	14.10	49.20	23.20	13.50	100.00
500-1,000 บาท	จำนวน (คน)	6	89	58	20	173
	ร้อยละ	3.50	51.40	33.50	11.60	100.00
1,000-1,500 บาท	จำนวน (คน)	0	14	16	3	3
	ร้อยละ	0	42.40	48.50	9.10	100.00
1,500 บาทขึ้นไป	จำนวน (คน)	0	2	3	4	9
	ร้อยละ	0	22.20	33.30	44.40	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.22 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท ตามลำดับ

ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาท ขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมามีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็น 13.50 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ



ตาราง 4.23 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
ตามแฟชั่น ดารา	จำนวน (คน)	10	30	14	4	58
ศิลปินที่ชื่นชอบ	ร้อยละ	17.20	51.70	24.10	6.90	100.00
เสริมบุคลิกภาพและ ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	จำนวน (คน)	13	89	52	27	181
	ร้อยละ	7.20	49.20	28.70	14.90	100.00
มีงานพิธีสำคัญ	จำนวน (คน)	1	18	13	7	39
	ร้อยละ	2.60	46.20	33.30	17.90	100.00
ได้รับคำแนะนำ จากเพื่อน	จำนวน (คน)	1	7	5	2	15
	ร้อยละ	6.70	46.70	33.30	13.30	100.00
มีอัตราค่าบริการ เหมาะสม	จำนวน (คน)	3	19	14	4	40
	ร้อยละ	7.50	47.50	35.00	10.00	100.00
ช่างมีฝีมือ มีความ เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	4	33	22	8	67
	ร้อยละ	6.20	50.80	30.80	12.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.23 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 รองลงมาคือตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และมีงานพิธีสำคัญกับได้รับคำแนะนำ

จากเพื่อน ตามลำดับ

อายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมาคือช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

อายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

อายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีงานพิธีสำคัญ ตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ



ตาราง 4.24 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)

ความถี่ในการใช้บริการสถานเสริมความงามต่อเดือน		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	10	80	39	20	149
	ร้อยละ	6.70	53.70	26.20	13.40	100.00
เดือนละ 2-3 ครั้ง	จำนวน (คน)	20	107	72	31	230
	ร้อยละ	8.70	46.50	31.30	13.50	100.00
เดือนละ 4-6 ครั้ง	จำนวน (คน)	2	7	5	0	14
	ร้อยละ	14.30	50.00	35.70	0	100.00
มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	0	2	4	1	7
	ร้อยละ	0	28.60	57.10	14.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.24 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้งตามลำดับ

อายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ

อายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน

ตามลำดับ

อายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ตาราง 4.25 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป	
ช่วงเช้า	จำนวน (คน)	4	52	36	13	105
(10.00-12.00 น.)	ร้อยละ	3.80	49.50	34.30	12.40	100.00
ช่วงบ่าย	จำนวน (คน)	14	34	27	15	90
(12.01-16.00 น.)	ร้อยละ	15.60	37.80	30.00	16.70	100.00
ช่วงเย็น	จำนวน (คน)	13	74	36	15	138
(16.01-19.00 น.)	ร้อยละ	9.40	53.60	26.10	10.90	100.00
ช่วงค่ำ	จำนวน (คน)	1	36	21	9	67
(19.01-21.00 น.)	ร้อยละ	1.50	53.70	31.30	13.40	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.25 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุดจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 รองลงมาใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และ ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) มากที่สุดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และ ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 รองลงมาใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ



ตาราง 4.26 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)

ระยะเวลาในการใช้บริการ		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	18	58	31	9	116
	ร้อยละ	15.50	50.00	26.70	7.80	100.00
1 – 2 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	14	114	66	30	224
	ร้อยละ	630	50.90	29.50	13.40	100.00
2 – 4 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	0	24	23	13	60
	ร้อยละ	0	40.00	38.30	21.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.26 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 รองลงมาใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 รองลงมาใช้เวลา 2-4 ชั่วโมง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตาราง 4.27 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)

การชำระค่าบริการ		อายุ				รวม
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
ชำระด้วยเงินสด	จำนวน (คน)	32	192	112	49	385
	ร้อยละ	8.30	49.90	29.10	12.70	100.00
ชำระด้วยบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	0	4	8	3	15
	ร้อยละ	0	26.70	53.30	20.00	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	32	196	120	52	400
	ร้อยละ	8.00	49.00	30.00	13.00	100.00

จากตาราง 4.27 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี ชำระค่าบริการด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 32 คน

ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.90 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 4 คน

ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 8 คน

ด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 3 คน

4.4.2.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.28 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)

ประเภทของการใช้บริการ ในสถานเสริมความงาม		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
ตัด-แต่งทรงผม	จำนวน (คน)	154	68	222
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00
แต่งหน้า	จำนวน (คน)	11	2	13
	ร้อยละ	84.60	15.40	100.00
ทำเล็บ	จำนวน (คน)	45	25	70
	ร้อยละ	64.30	35.70	100.00
กำจัดขน	จำนวน (คน)	46	13	59
	ร้อยละ	78.00	22.00	100.00
ฉีด-พอกผิว	จำนวน (คน)	24	12	36
	ร้อยละ	66.70	33.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.28 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสดใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาเป็นกำจัดขน ทำเล็บ ฉีด-พอกผิว และแต่งหน้า

ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรสใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาเป็นทำเล็บ กำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ตาราง 4.29 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
น้อยกว่า 500 บาท	จำนวน (คน)	137	48	185
	ร้อยละ	74.10	25.90	100.00
500-1,000 บาท	จำนวน (คน)	120	53	173
	ร้อยละ	69.40	30.60	100.00
1,000-1,500 บาท	จำนวน (คน)	20	13	3
	ร้อยละ	60.00	40.00	100.00
1,500 บาทขึ้นไป	จำนวน (คน)	3	6	9
	ร้อยละ	33.30	66.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.29 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 74.10 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมามีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ



ตาราง 4.30 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
ตามแพชชั่น ดารา	จำนวน (คน)	46	12	58
ศิลปินที่ชื่นชอบ	ร้อยละ	79.30	20.70	100.00
เสริมบุคลิกภาพและ ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	จำนวน (คน)	119	62	181
	ร้อยละ	65.70	34.30	100.00
มีงานพิธีสำคัญ	จำนวน (คน)	28	11	39
	ร้อยละ	71.80	28.20	100.00
ได้รับคำแนะนำ	จำนวน (คน)	14	1	15
จากเพื่อน	ร้อยละ	93.30	6.70	100.00
มีอัตราค่าบริการ	จำนวน (คน)	30	10	40
เหมาะสม	ร้อยละ	75.00	25.00	100.00
ช่างมีฝีมือ มีความ เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	43	24	67
	ร้อยละ	64.60	35.40	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.30 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสดส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 รองลงมาเป็นตามแพชชั่นดารา ศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่นดาราศิลปิน ที่ชื่นชอบ มีงานพิธีสำคัญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ตาราง 4.31 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถาน เสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการใน สถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)

ความถี่ในการใช้บริการสถานเสริมความงามต่อเดือน		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
น้อยกว่า 1 ครั้ง	จำนวน (คน)	109	40	149
	ร้อยละ	73.20	26.80	100.00
เดือนละ 2-3 ครั้ง	จำนวน (คน)	154	76	230
	ร้อยละ	67.00	33.00	100.00
เดือนละ 4-6 ครั้ง	จำนวน (คน)	13	1	14
	ร้อยละ	92.90	7.10	100.00
มากกว่า 6 ครั้ง	จำนวน (คน)	4	3	7
	ร้อยละ	57.10	42.90	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.31 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สภาพภาพโสด ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้ง ตามลำดับ

ตาราง 4.32 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.)	จำนวน (คน)	70	35	105
	ร้อยละ	66.70	33.30	100.00
ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.)	จำนวน (คน)	50	40	90
	ร้อยละ	55.60	44.40	100.00
ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.)	จำนวน (คน)	111	27	138
	ร้อยละ	80.40	19.60	100.00
ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.)	จำนวน (คน)	49	18	67
	ร้อยละ	73.10	26.90	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.32 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุดจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ตาราง 4.33 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)

ระยะเวลาในการใช้บริการ		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	89	27	116
	ร้อยละ	76.070	23.30	100.00
1 – 2 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	160	64	224
	ร้อยละ	71.40	28.60	100.00
2 – 4 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	31	29	60
	ร้อยละ	51.70	48.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.33 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 รองลงมาใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมาใช้เวลา 2-4 ชั่วโมง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ



ตาราง 4.34 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)

การชำระค่าบริการ		สถานภาพสมรส		
		โสด	สมรส	รวม
ชำระด้วยเงินสด	จำนวน (คน)	274	111	385
	ร้อยละ	71.20	28.80	100.00
ชำระด้วยบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	6	9	15
	ร้อยละ	40.00	60.00	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	280	120	400
	ร้อยละ	70.00	30.00	100.00

จากตาราง 4.34 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 71.20 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 6 คน

ด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 9 คน

4.4.2.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.35 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)

ประเภทของการใช้บริการ ในสถานเสริมความงาม		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	รวม
ตัด-แต่งทรงผม	จำนวน (คน)	62	138	22	222
	ร้อยละ	27.90	62.20	9.90	100.00
แต่งหน้า	จำนวน (คน)	4	6	3	13
	ร้อยละ	30.80	46.20	23.10	100.00
ทำเล็บ	จำนวน (คน)	19	45	6	70
	ร้อยละ	27.10	64.30	8.60	100.00
กำจัดขน	จำนวน (คน)	25	30	4	59
	ร้อยละ	42.40	50.80	6.80	100.00
ขัด-พอกผิว	จำนวน (คน)	6	19	11	36
	ร้อยละ	16.70	52.80	30.60	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

จากตาราง 4.35 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 27.90 รองลงมาเป็นกำจัดขน ทำเล็บ ขัด-พอกผิว และแต่งหน้าตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษاپริญญาตรีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 รองลงมาเป็นทำเล็บ กำจัดขน ขัดพอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 รองลงมาเป็นชุด-พอกผิว ทำเล็บ กำจัดขน และแต่งหน้า ตามลำดับ

ตาราง 4.36 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		ระดับการศึกษา			รวม
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	
น้อยกว่า 500 บาท	จำนวน (คน)	70	106	9	185
	ร้อยละ	37.80	57.30	4.90	100.00
500-1,000 บาท	จำนวน (คน)	40	109	24	173
	ร้อยละ	23.10	63.00	13.90	100.00
1,000-1,500 บาท	จำนวน (คน)	6	20	7	3
	ร้อยละ	18.20	60.60	21.20	100.00
1,500 บาทขึ้นไป	จำนวน (คน)	0	3	6	9
	ร้อยละ	0	33.30	66.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

จากตาราง 4.36 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ตาราง 4.37 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	รวม
ตามแฟชั่น ดารา	จำนวน (คน)	20	35	3	58
ศิลปินที่ชื่นชอบ	ร้อยละ	34.50	60.30	5.20	100.00
เสริมบุคลิกภาพและ	จำนวน (คน)	53	103	25	181
ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	ร้อยละ	29.30	56.90	13.80	100.00
มีงานพิธีสำคัญ	จำนวน (คน)	15	19	5	39
	ร้อยละ	38.50	48.70	12.80	100.00
ได้รับคำแนะนำ	จำนวน (คน)	3	11	1	15
จากเพื่อน	ร้อยละ	20.00	73.30	6.70	100.00
มีอัตราค่าบริการ	จำนวน (คน)	12	23	5	40
เหมาะสม	ร้อยละ	30.00	57.50	12.50	100.00

ตาราง 4.37 (ต่อ)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	รวม
ช่างมีฝีมือ มีความ เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	13	47	7	67
	ร้อยละ	20.00	70.80	9.20	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

จากตาราง 4.37 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาเป็นตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีงานพิธีสำคัญ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีงานพิธีสำคัญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม ตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ตาราง 4.38 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)

ความถี่ในการใช้บริการ สถานเสริมความงามต่อเดือน		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	รวม
น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน	จำนวน (คน)	46	92	11	149
	ร้อยละ	30.90	61.70	7.40	100.00
เดือนละ 2-3 ครั้ง	จำนวน (คน)	64	134	32	230
	ร้อยละ	27.80	58.30	13.90	100.00
เดือนละ 4-6 ครั้ง	จำนวน (คน)	5	7	2	14
	ร้อยละ	35.70	50.00	14.30	100.00
มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน	จำนวน (คน)	1	5	1	7
	ร้อยละ	14.30	71.40	14.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

จากตาราง 4.38 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ตาราง 4.39 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		ระดับการศึกษา			รวม
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	
ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.)	จำนวน (คน)	32	59	14	105
	ร้อยละ	30.50	56.20	13.30	100.00
ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.)	จำนวน (คน)	35	50	5	90
	ร้อยละ	38.90	55.60	5.60	100.00
ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.)	จำนวน (คน)	31	90	17	138
	ร้อยละ	22.50	65.20	12.30	100.00
ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.)	จำนวน (คน)	18	39	10	67
	ร้อยละ	26.90	58.20	14.90	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

จากตาราง 4.39 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุดจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 38.90 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า(10.00-12.00 น.) ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) และช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) ตามลำดับ

ตาราง 4.40 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)

ระยะเวลาในการใช้บริการ		ระดับการศึกษา			
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	รวม
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	42	68	6	116
	ร้อยละ	36.20	58.60	5.20	100.00
1 – 2 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	63	136	25	224
	ร้อยละ	28.10	60.70	11.20	100.00
2 – 4 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	11	34	15	60
	ร้อยละ	18.30	56.70	25.00	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

ตาราง 4.40 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมาใช้เวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 60.70 รองลงมาใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 รองลงมาใช้เวลา 2-4 ชั่วโมง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตาราง 4.41 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)

การชำระค่าใช้บริการ		ระดับการศึกษา			รวม
		ต่ำกว่าป.ตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าป.ตรี	
ชำระด้วยเงินสด	จำนวน (คน)	116	231	38	385
	ร้อยละ	30.10	60.00	9.90	100.00
ชำระด้วยบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	0	7	8	15
	ร้อยละ	0	46.70	53.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	116	238	46	400
	ร้อยละ	29.00	59.50	11.50	100.00

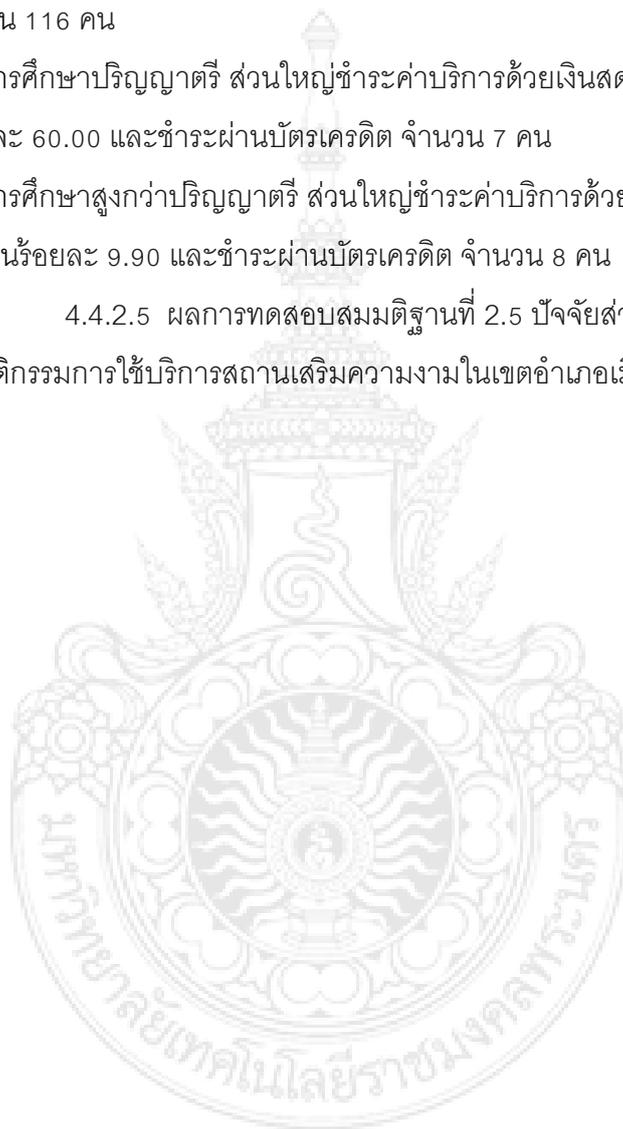
จากตาราง 4.41 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีชำระค่าบริการด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 116 คน

ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 7 คน

ด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 8 คน

4.4.2.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี



ตาราง 4.42 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)

ประเภทของการใช้บริการ ในสถานเสริมความงาม		อาชีพ					รวม
		ลูกจ้าง		ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน พ่อบ้าน	ค้าขาย ธุรกิจ ส่วนตัว	
		นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน บริษัท				
ตัด-แต่งทรงผม	จำนวน (คน)	33	66	72	15	36	222
	ร้อยละ	14.90	29.70	32.40	6.80	16.20	100.00
แต่งหน้า	จำนวน (คน)	2	2	2	2	5	13
	ร้อยละ	15.40	15.40	15.40	15.40	38.50	100.00
ทำเล็บ	จำนวน (คน)	13	21	14	9	13	70
	ร้อยละ	18.60	30.00	20.00	12.90	18.60	100.00
กำจัดขน	จำนวน (คน)	22	24	3	3	7	59
	ร้อยละ	37.30	40.70	5.10	5.10	11.90	100.00
ขัด-พอกผิว	จำนวน (คน)	1	9	13	2	11	36
	ร้อยละ	2.80	25.00	36.10	5.60	30.60	100.00
รวมทุก	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
ประเภท	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.42 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษาใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 รองลงมาเป็นกำจัดขน ทำเล็บ แต่งหน้า และขัด-พอกผิว ตามลำดับ

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 29.70 รองลงมาเป็นกำจัดขน ทำเล็บ แต่งหน้า และขัด-พอกผิว ตามลำดับ ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.40 รองลงมาเป็นทำเล็บ ขัด-พอกผิว กำจัดขน และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 รองลงมาเป็นทำเล็บ กำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 รองลงมาเป็นทำเล็บ ขัด-พอกผิว กำจัดขน และแต่งหน้า ตามลำดับ

ตาราง 4.43 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		อาชีพ					รวม
		นักเรียน นักศึกษา	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน พ่อบ้าน	ค้าขาย ธุรกิจ ส่วนตัว	
น้อยกว่า 500 บาท	จำนวน (คน)	48	58	35	16	28	185
	ร้อยละ	25.90	31.40	18.90	8.60	15.10	100.00
500-1,000 บาท	จำนวน (คน)	22	55	53	14	29	173
	ร้อยละ	12.70	31.80	30.60	8.10	16.80	100.00
1,000-1,500 บาท	จำนวน (คน)	1	7	14	1	10	3
	ร้อยละ	3.00	21.20	42.40	3.00	30.30	100.00
1,500 บาทขึ้นไป	จำนวน (คน)	0	2	2	0	5	9
	ร้อยละ	0	22.20	22.20	0	55.60	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.43 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมามีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท ตามลำดับ

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 รองลงมามีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ตาราง 4.44 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		อาชีพ					รวม
		นักเรียน นักศึกษา	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน พ่อบ้าน	ค้าขาย ธุรกิจ ส่วนตัว	
ตามแฟชั่น ดารา	จำนวน (คน)	17	18	8	4	11	58
ศิลปินที่ชื่นชอบ	ร้อยละ	29.30	31.00	13.80	6.90	19.00	100.00
เสริมบุคลิกภาพและ ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	จำนวน (คน)	26	58	46	16	35	181
ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	ร้อยละ	14.40	32.00	25.40	8.80	19.30	100.00
มีงานพิธีสำคัญ	จำนวน (คน)	3	14	15	3	4	39
	ร้อยละ	7.70	35.90	38.50	7.70	10.30	100.00
ได้รับคำแนะนำ	จำนวน (คน)	5	5	3	1	1	15
จากเพื่อน	ร้อยละ	33.30	33.30	20.00	6.70	6.70	100.00
มีอัตราค่าบริการ เหมาะสม	จำนวน (คน)	7	9	17	1	6	40
	ร้อยละ	17.50	22.50	42.50	2.50	15.00	100.00
ช่างมีฝีมือ มีความ เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	13	18	15	6	15	67
	ร้อยละ	20.00	27.70	21.50	9.20	21.50	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.44 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 รองลงมาเป็นตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม

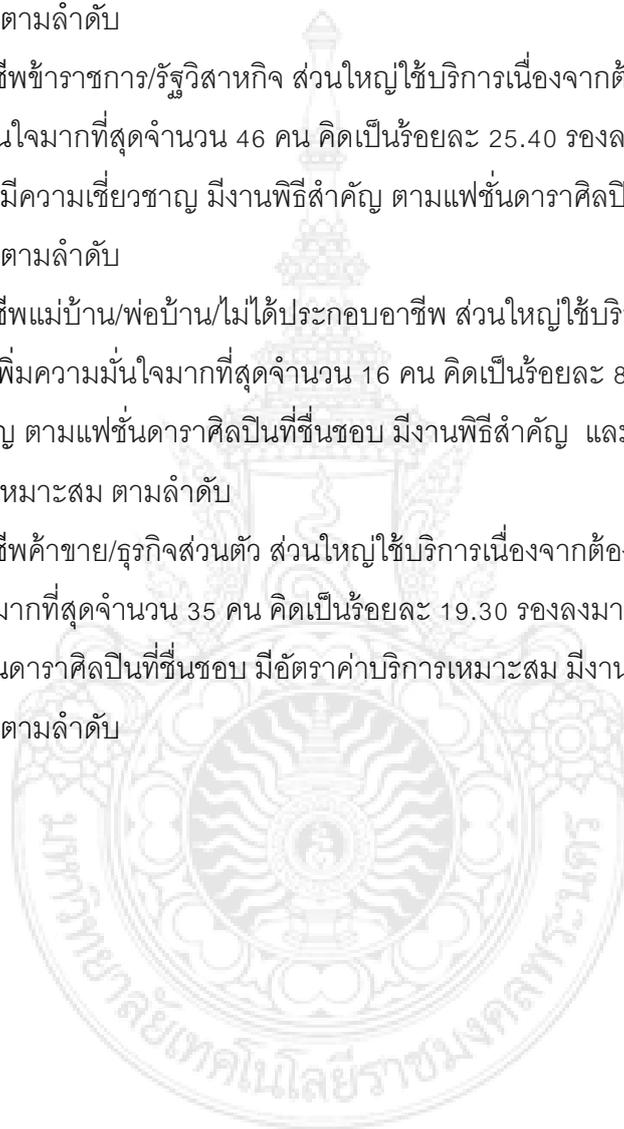
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน และมีงานพิธีสำคัญ ตามลำดับ

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพ และช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาเป็นตามแฟชั่นดารา ศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีงานพิธีสำคัญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพ และช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 25.40 รองลงมาเป็นมีอัตราค่าบริการเหมาะสม ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีงานพิธีสำคัญ ตามแฟชั่นดารา ศิลปินที่ชื่นชอบ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่นดารา ศิลปินที่ชื่นชอบ มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน กับมีอัตราค่าบริการเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแฟชั่นดารา ศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ



ตาราง 4.45 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)

ความถี่ในการใช้บริการสถานเสริมความงามต่อเดือน		อาชีพ					รวม
		นักเรียน/นักศึกษา	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน/พอบ้าน	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	26	56	35	10	22	149
	ร้อยละ	17.40	37.60	23.50	6.70	14.80	100.00
เดือนละ 2-3 ครั้ง	จำนวน (คน)	39	63	62	20	46	230
	ร้อยละ	17.00	27.40	27.00	8.70	20.00	100.00
เดือนละ 4-6 ครั้ง	จำนวน (คน)	6	1	5	1	1	14
	ร้อยละ	42.90	7.1	35.70	7.10	7.10	100.00
มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	0	2	2	0	3	7
	ร้อยละ	0	28.60	28.60	0	42.90	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.45 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้ง ตามลำดับ

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้ง ตามลำดับ

ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน

62 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้ง ตามลำดับ

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ



ตาราง 4.46 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		อาชีพ					รวม
		นักเรียน นักศึกษา	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน พ่อบ้าน	ค้าขาย ธุรกิจ ส่วนตัว	
ช่วงเช้า	จำนวน (คน)	14	32	26	14	19	105
(10.00-12.00 น.)	ร้อยละ	13.30	30.50	24.80	13.30	18.10	100.00
ช่วงบ่าย	จำนวน (คน)	15	23	21	8	23	90
(12.01-16.00 น.)	ร้อยละ	16.70	25.60	23.30	8.90	25.60	100.00
ช่วงเย็น	จำนวน (คน)	32	37	42	6	21	138
(16.01-19.00 น.)	ร้อยละ	23.20	26.80	30.40	4.30	15.20	100.00
ช่วงค่ำ	จำนวน (คน)	10	30	15	3	9	67
(19.01-21.00 น.)	ร้อยละ	14.90	44.80	22.40	4.50	13.40	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.46 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมาใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด

จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) มากที่สุดจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 รองลงมาใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุดจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 รองลงมาใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ตาราง 4.47 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)

ระยะเวลาในการใช้บริการ		อาชีพ					รวม
		นักเรียน นักศึกษา	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน พ่อบ้าน	ค้าขาย ธุรกิจ ส่วนตัว	
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	32	36	24	10	14	116
	ร้อยละ	27.60	31.00	20.70	8.60	12.10	100.00
1 – 2 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	31	73	60	18	42	224
	ร้อยละ	13.80	32.60	26.80	8.00	18.80	100.00
2 – 4 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	8	13	20	3	16	60
	ร้อยละ	13.30	21.70	33.30	5.00	26.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.47 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน

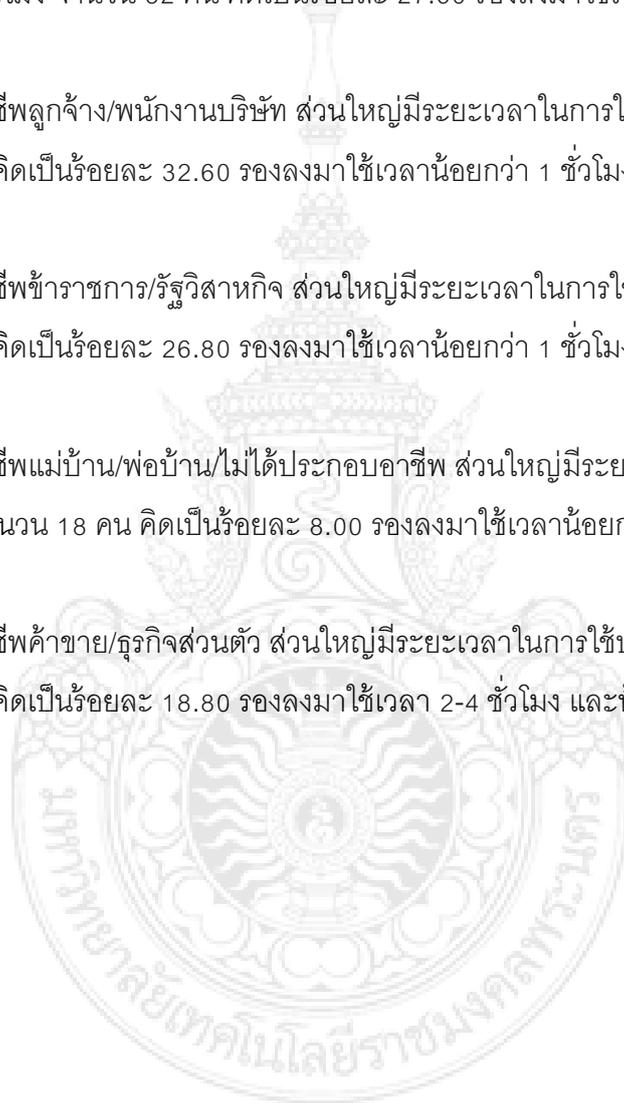
เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 รองลงมาใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 32.60 รองลงมาใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พอบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 รองลงมาใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองลงมาใช้เวลา 2-4 ชั่วโมง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ



ตาราง 4.48 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ผ่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)

การชำระค่าบริการ		อาชีพ					รวม
		นักเรียน นักศึกษา	ลูกจ้าง พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน พอบ้าน	ค้าขาย ธุรกิจ ส่วนตัว	
ชำระด้วยเงินสด	จำนวน (คน)	71	120	98	31	65	385
	ร้อยละ	18.40	31.20	25.50	8.1	16.90	100.00
ชำระด้วยบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	0	2	6	0	7	15
	ร้อยละ	0	13.30	40.00	0	46.70	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	71	122	104	31	72	400
	ร้อยละ	17.80	30.50	26.00	7.80	18.00	100.00

จากตาราง 4.48 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ชำระค่าบริการด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.40

ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 2 คน

ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 6 คน

ด้านอาชีพแม่บ้าน/พอบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ชำระค่าบริการด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 31 คน

ด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 7 คน

4.4.2.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 4.49 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประเภทของการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ทำน้ใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด)

ประเภทของการใช้บริการ ในสถานเสริมความงาม		รายได้ต่อเดือน							รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ตัด-แต่งทรงผม	จำนวน (คน)	16	50	52	34	44	26	222	
	ร้อยละ	7.20	22.50	23.40	15.30	19.80	11.70	100.00	
แต่งหน้า	จำนวน (คน)	0	4	3	3	1	2	13	
	ร้อยละ	0	30.80	23.10	23.10	7.70	15.40	100.00	
ทำเล็บ	จำนวน (คน)	0	22	10	19	12	7	70	
	ร้อยละ	0	31.40	14.30	27.10	17.10	10.00	100.00	
กำจัดขน	จำนวน (คน)	10	20	8	9	7	5	59	
	ร้อยละ	16.90	33.90	13.60	15.30	11.90	8.50	100.00	
ขัด-พอกผิว	จำนวน (คน)	0	2	6	4	5	19	36	
	ร้อยละ	0	5.60	16.70	11.10	13.90	52.80	100.00	
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400	
	ร้อยละ	6.50	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00	

จากตาราง 4.49 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 รองลงมาเป็นการกำจัดขน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาทใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมาเป็นการกำจัดขน แต่งหน้า และขัด-พอกผิวตามลำดับ

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาทใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 รองลงมาเป็นการกำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาทใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 รองลงมาเป็นการกำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาทใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 รองลงมาเป็นการกำจัดขน ขัด-พอกผิว และแต่งหน้า ตามลำดับ

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไปใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 รองลงมาเป็นการขัด-พอกผิว ทำเล็บ กำจัดขน และแต่งหน้า ตามลำดับ



ตาราง 4.50 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร)

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง		รายได้ต่อเดือน							รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
น้อยกว่า 500 บาท	จำนวน (คน)	23	53	39	27	30	13	185	
	ร้อยละ	12.40	28.60	21.10	14.60	16.20	7.00	100.00	
500-1,000 บาท	จำนวน (คน)	3	42	35	37	30	26	173	
	ร้อยละ	1.70	24.30	20.20	21.40	17.30	15.00	100.00	
1,000-1,500 บาท	จำนวน (คน)	0	3	5	5	8	12	3	
	ร้อยละ	0	9.10	15.20	15.20	24.20	36.40	100.00	
1,500 บาทขึ้นไป	จำนวน (คน)	0	0	0	0	1	8	9	
	ร้อยละ	0	0	0	0	11.10	88.90	100.00	
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400	
	ร้อยละ	6.50	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00	

จากตาราง 4.50 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท ตามลำดับ

ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท ตามลำดับ

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มาก

ที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย 500-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท ตามลำดับ

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท และ 1,001-1,500 บาท ตามลำดับ

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รองลงมา มีค่าใช้จ่าย น้อยกว่า 500 บาท 1,001-1,500 บาท และ 1,500 บาทขึ้นไป ตามลำดับ



ตาราง 4.51 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด)

เหตุผลที่ใช้บริการ สถานเสริมความงาม		รายได้ต่อเดือน							รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ตามแฟชั่น ดารา	จำนวน (คน)	6	21	5	12	8	6	58	
ศิลปินที่ชื่นชอบ	ร้อยละ	10.30	36.20	8.60	20.70	13.80	10.30	100.00	
เสริมบุคลิกภาพและ ช่วยเพิ่มความมั่นใจ	จำนวน (คน)	11	37	42	33	31	27	181	
	ร้อยละ	6.10	20.40	23.20	18.20	17.10	14.90	100.00	
มีงานพิธีสำคัญ	จำนวน (คน)	3	11	12	2	8	3	39	
	ร้อยละ	7.70	28.20	30.80	5.10	20.50	7.70	100.00	
ได้รับคำแนะนำ จากเพื่อน	จำนวน (คน)	0	6	3	3	2	1	15	
	ร้อยละ	0	40.00	20.00	20.00	13.30	6.70	100.00	
มีอัตราค่าบริการ เหมาะสม	จำนวน (คน)	2	7	8	7	11	5	40	
	ร้อยละ	5.00	17.50	20.00	17.50	27.50	12.50	100.00	
ช่างมีฝีมือ มีความ เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	4	16	9	12	9	17	67	
	ร้อยละ	6.20	24.60	13.80	18.50	13.80	23.10	100.00	
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400	
	ร้อยละ	6.50	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00	

จากตาราง 4.51 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 รองลงมาเป็นตามแฟชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีงานพิธีสำคัญ และมีอัตรา

ค่าบริการเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 37 คน รองลงมาเป็นตามแพชชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีงานพิธีสำคัญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมาเป็นมีงานพิธีสำคัญ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม ตามแพชชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 รองลงมาเป็นตามแพชชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน และมีงานพิธีสำคัญ ตามลำดับ

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาเป็นมีอัตราค่าบริการเหมาะสม ช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแพชชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 รองลงมาเป็นช่างมีฝีมือมีความเชี่ยวชาญ ตามแพชชั่นดาราศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตราค่าบริการเหมาะสม มีงานพิธีสำคัญ และได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ตามลำดับ

ตาราง 4.52 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ความถี่ในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน)

ความถี่ในการใช้บริการสถานเสริมความงามต่อเดือน		รายได้ต่อเดือน						รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาทขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	10	43	33	21	29	13	149
	ร้อยละ	6.70	28.90	22.10	14.10	19.50	8.70	100.00
เดือนละ 2-3 ครั้ง	จำนวน (คน)	14	50	41	44	39	42	230
	ร้อยละ	6.10	21.70	17.80	19.10	17.00	18.30	100.00
เดือนละ 4-6 ครั้ง	จำนวน (คน)	2	4	2	4	0	2	14
	ร้อยละ	14.30	28.60	14.30	28.60	0	14.30	100.00
มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	จำนวน (คน)	0	1	3	0	1	2	7
	ร้อยละ	0	14.30	42.90	0	14.30	28.60	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400
	ร้อยละ	6.5	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00

จากตาราง 4.52 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้ง ตามลำดับ

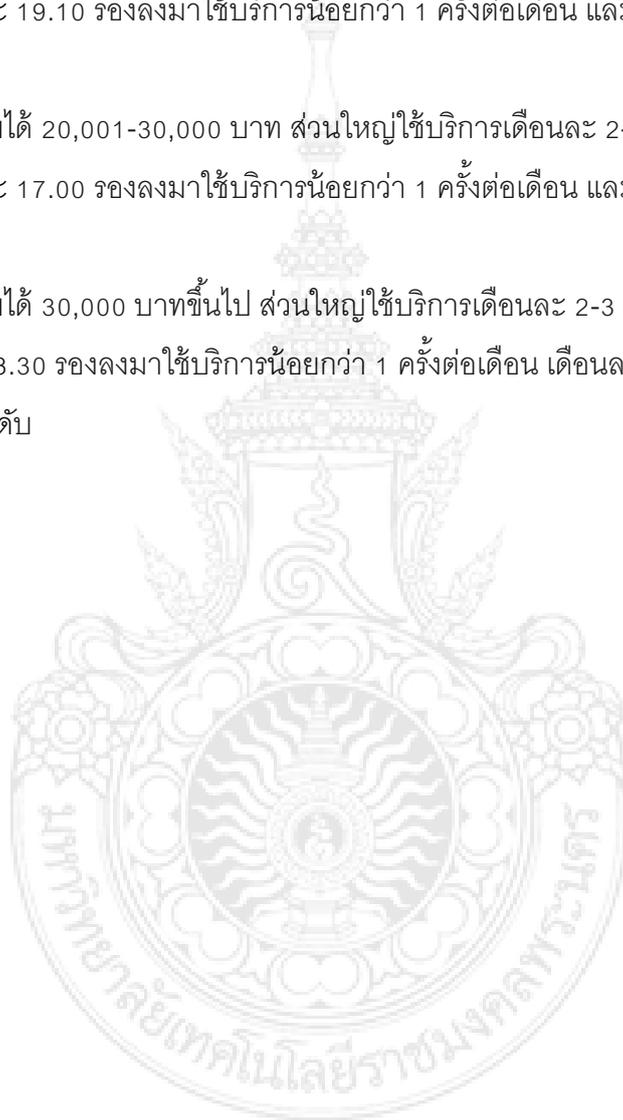
ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และเดือนละ 4-6 ครั้ง ตามลำดับ

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 รองลงมาใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เดือนละ 4-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ



ตาราง 4.53 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ช่วงเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด)

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		รายได้ต่อเดือน							รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.)	จำนวน (คน)	6	26	27	15	17	14	105	
	ร้อยละ	5.70	24.80	25.70	14.30	16.20	13.30	100.00	
ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.)	จำนวน (คน)	7	26	15	14	13	15	90	
	ร้อยละ	7.80	28.90	16.70	15.60	14.40	16.70	100.00	
ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.)	จำนวน (คน)	9	31	27	28	24	19	138	
	ร้อยละ	6.50	22.50	19.60	20.30	17.40	13.80	100.00	
ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.)	จำนวน (คน)	4	15	10	12	15	11	67	
	ร้อยละ	6.00	22.40	14.90	17.90	22.40	16.40	100.00	
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400	
	ร้อยละ	6.50	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00	

จากตาราง 4.53 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 รองลงมาใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด

จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 รองลงมาใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) ช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) และช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) ตามลำดับ

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 รองลงมาใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) ช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) และช่วงค่ำ (19.01-21.00 น.) ตามลำดับ



ตาราง 4.54 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาในการใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร)

ระยะเวลาในการใช้บริการ		รายได้ต่อเดือน							รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	14	38	23	20	16	5	116	
	ร้อยละ	12.10	32.80	19.80	17.20	13.80	4.30	100.00	
1 - 2 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	10	53	45	41	41	34	224	
	ร้อยละ	4.50	23.70	20.10	18.30	18.30	15.20	100.00	
2 - 4 ชั่วโมง	จำนวน (คน)	2	7	11	8	12	20	60	
	ร้อยละ	3.30	11.70	18.30	13.30	20.00	33.30	100.00	
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400	
	ร้อยละ	6.50	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00	

จากตาราง 4.54 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 รองลงมาใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

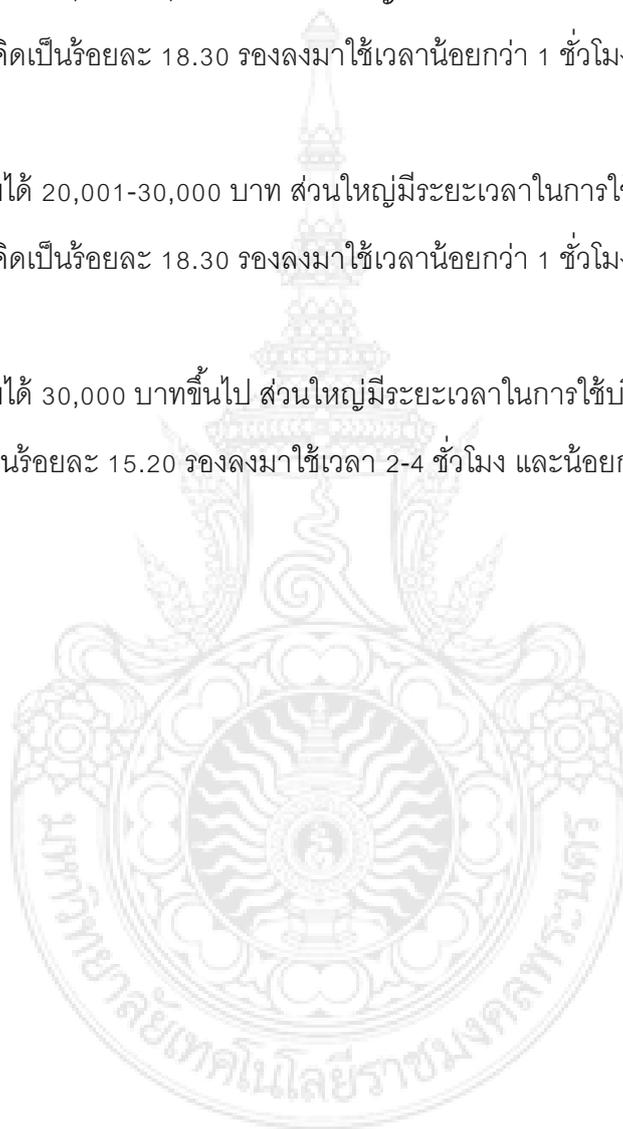
ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 รองลงมาใช้น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมง ตามลำดับ

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10 รองลงมาใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมงตามลำดับ

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 รองลงมาใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมงตามลำดับ

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 รองลงมาใช้เวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และ 2-4 ชั่วโมงตามลำดับ

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20 รองลงมาใช้เวลา 2-4 ชั่วโมง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ



ตาราง 4.55 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี การชำระเงินค่าใช้บริการในสถานเสริมความงาม (ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด)

การชำระค่าใช้บริการ		รายได้ต่อเดือน						รวม
		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,000 บาท ขึ้นไป	
ชำระด้วยเงินสด	จำนวน (คน)	26	98	78	67	68	48	385
	ร้อยละ	6.80	25.50	25.50	17.40	17.70	12.50	100.00
ชำระด้วยบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	0	0	1	2	1	11	15
	ร้อยละ	0	0	6.70	13.30	6.70	73.30	100.00
รวมทุกประเภท	จำนวน (คน)	26	98	79	69	69	59	400
	ร้อยละ	6.50	24.50	19.80	17.30	17.30	14.80	100.00

จากตาราง 4.55 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน

เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ชำระค่าบริการด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80

ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ชำระค่าบริการด้วยเงินสดทั้งหมด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50

ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 1 คน

ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 2 คน

ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน
จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 1 คน

ด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน
จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และชำระผ่านบัตรเครดิต จำนวน 11 คน



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการ
ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

- 5.1 บทสรุปและอภิปรายผลการวิจัย
- 5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 บทสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5,000-10,000 บาท

5.1.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการ
ในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ตาราง 5.1 สรุปข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง
นนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้าน พนักงาน ให้บริการ	ด้าน สิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ และการ นำเสนอ	ด้านราคา	ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ด้าน ผลิตภัณฑ์ และการ บริการ	ด้านส่งเสริม การตลาด
1. มีขั้นตอนการ ให้บริการที่ ปลอดภัย มั่นใจ ได้	1. พนักงาน สามารถให้ ข้อมูลที่ถูกต้อง และครบถ้วน สามารถตอบข้อ สงสัยของ ผู้ให้บริการได้	1. ร้านมีความ สะอาดและ เรียบร้อย	1. มีราคาคุ้มค่า กับบริการที่ ได้รับ	1. สถานเสริม ความงามควร ตั้งอยู่ใน ตำแหน่งที่มีการ ให้บริการขนส่ง มวลชน เช่น BTS, MRT รถ	1. สถานเสริม ความงามใช้ ผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพดี	1. ให้สิทธิพิเศษ สำหรับ ผู้ให้บริการ ประจำ เช่น ส่วนลดหรือ บริการเสริม พิเศษ
2. ให้บริการ รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน	2. พนักงานมีความ เชี่ยวชาญ ในการให้บริการ	2. บรรยากาศ ภายในร้าน ปลอดภัยสบาย ไม่รู้สึกรอคอย	2. มีการแสดง ราคาให้ ผู้ให้บริการเห็น อย่างชัดเจน	ประจำทาง เป็น ต้น หรือสามารถ เดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว ได้ และด้าน สถานเสริมความ งามควรตั้งอยู่ ใกล้แหล่ง อำนวยความสะดวก ต่างๆ เช่น ธนาคาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ตลาดสด, ร้านอาหาร เป็นต้น	2. สถานเสริม ความงามมีการ จดทะเบียน การค้าอย่าง ถูกต้อง	2. มีการใช้สื่อ ออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram ใน การแจ้งข่าวสาร ให้ผู้ให้บริการ ทราบถึงความ เคลื่อนไหว หรือ กิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ
3. มีมาตรฐาน การให้บริการ มี ควา้ดับก่อน- หลัง	3. พนักงาน ให้บริการมีความ สะอาด มี มารยาท มี อัธยาศัยดี	3. การตกแต่ง ภายในร้านที่โดดเด่น และ เหมาะสม	3. ราคา เหมาะสมหรือ ถูกกว่าเมื่อเทียบกับ สถานเสริม ความงามอื่นๆ ในระดับเดียวกัน	2. สถานเสริม ความงามควร ตั้งอยู่บน เส้นทาง หรือ ถนนที่สามารถ เดินทางไปใช้ บริการได้สะดวก และปรับเปลี่ยน เส้นทางได้ตาม ความเหมาะสม (เส้นทาง ถนน)	3. สถานเสริม ความงามได้รับ รางวัลหรือการ รับรองด้านการ บริการจาก องค์กรหรือ ผู้เชี่ยวชาญ	3. มีการแจก คู่มือส่วนลด/ คู่มือทดลองใช้ ฟรี เพื่อให้ผู้ใช้ บริการ ได้ ทดลองใช้บริการ ที่ไม่เคยเข้ามา ก่อนหรือผู้ที่คาด ว่าจะมาเป็น ลูกค้าในอนาคต ได้มีโอกาส ทดลองใช้บริการ

ตาราง 5.1 (ต่อ)

ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	ด้าน พนักงาน ให้บริการ	ด้าน สิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ และการ นำเสนอ	ด้านราคา	ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ด้าน ผลิตภัณฑ์ และการ บริการ	ด้านส่งเสริม การตลาด
4. มีขั้นตอนการ ให้บริการที่ คล่องตัว ไม่ ซับซ้อน	4. พนักงาน ให้บริการมีการ แต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย	4. เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ที่ใช้ ภายในร้านดู ทันสมัย	4. มีราคาให้ เลือกหลาย ระดับตามความ ต้องการของ ผู้ใช้บริการ		4. สถานเสริม ความงามมีการ บริการ หลากหลายให้ เลือกใช้ บริการได้ครบ ครัน	4. มีการลดราคา แจกของที่ระลึก หรือให้บริการ พิเศษตาม เทศกาลพิเศษ เช่น ขึ้นปีใหม่ สงกรานต์ เป็น ต้น
					5. สถานเสริม ความงามที่มี หลายสาขา ให้บริการได้ อย่างทั่วถึง	5. มีการโฆษณา ร้านอย่าง ต่อเนื่อง
					6. ชื่อเสียงของ สถานเสริมความ งามเป็นที่ ยอมรับ	

จากตาราง 5.1 สรุปข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขต
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี สรุปได้ว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ มากที่สุด รองลงมาด้านพนักงานให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
และการนำเสนอ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ และด้าน
ส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถาน
เสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องมีขั้นตอนการให้บริการที่
ปลอดภัย มั่นใจได้มากที่สุด รองลงมาให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน , มีมาตรฐานการให้บริการ มีคว

ลำดับก่อน-หลัง และมีขั้นตอนการให้บริการที่คล่องตัว ไม่ซับซ้อน ตามลำดับ

ด้านพนักงานให้บริการ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องพนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน สามารถตอบข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้มากที่สุด รองลงมาพนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ , พนักงานให้บริการมีความสะอาด มีมารยาท มีอัธยาศัยดี และพนักงานให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องบรรยากาศภายในร้านปลอดภัยสบาย ไม้รู้สึกอึดอัด , ร้านมีความสะอาดและเรียบร้อย รองลงมาการตกแต่งภายในร้านที่โดดเด่น และเหมาะสม และเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านดูทันสมัย ตามลำดับ

ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องมีราคาคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ รองลงมา มีการแสดงราคาให้ผู้ใช้บริการเห็นอย่างชัดเจน , ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าเมื่อเทียบกับสถานเสริมความงามอื่นๆ ในระดับเดียวกัน และมีราคาให้เลือกหลายระดับตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องสถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีบริการขนส่งมวลชน เช่น BTS, MRT รถประจำทาง เป็นต้น หรือสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้ และในเรื่องสถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ธนาคาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ตลาดสด, ร้านอาหาร เป็นต้น ในระดับเท่ากัน และสถานเสริมความงามควรตั้งอยู่บนเส้นทางหรือถนนที่สามารถเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก และปรับเปลี่ยนเส้นทางได้ตามความเหมาะสม (เส้นทางถนน) ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องสถานเสริมความงามใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากที่สุด รองลงมาสถานเสริมความงามมีการจดทะเบียนการค้าอย่างถูกต้อง , สถานเสริมความงามได้รับรางวัลหรือการรับรองด้านการบริการจากองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญ , สถานเสริมความงามมีการบริการหลากหลายให้เลือกใช้บริการได้ครบครัน , สถานเสริมความงามที่มีหลายสาขาให้บริการได้อย่างทั่วถึง และชื่อเสียงของสถานเสริมความงามเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมือง

นนทบุรี มีระดับการตัดสินใจในเรื่องให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการประจำ เช่น ส่วนลดหรือบริการเสริมพิเศษมากที่สุด รองลงมา มีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram ในการแจ้งข่าวสารให้ผู้ใช้บริการทราบถึงความเคลื่อนไหว หรือกิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ , มีการแจกคูปอง ส่วนลด/คูปองทดลองใช้ฟรี เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ทดลองใช้บริการที่ไม่เคยใช้มาก่อนหรือผู้ที่คาดว่าจะมาเป็นลูกค้าในอนาคตได้มีโอกาสทดลองใช้บริการ , มีการลดราคา แจกของที่ระลึก หรือให้บริการพิเศษตามเทศกาลพิเศษ เช่น ขึ้นปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น และมีการโฆษณาร้านอย่างต่อเนื่องตามลำดับ



5.1.1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

พบว่า พฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผม มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท ต้องการใช้บริการสถานเสริมความงามเพื่อเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจ ส่วนใหญ่ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือนในช่วงเย็น (16.01-19.00น.) ซึ่งใช้เวลาในการรับบริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง และชำระค่าบริการด้วยเงินสด

5.1.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน



ตาราง 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคล	การตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี								
	Product	Pricing	Place	Promotion	People	Process	Physical Evidence	Services	Marketing Mix
เพศ	X	X	X	X	X	X	X	X	X
อายุ	X	X	√	X	√	X	X	X	X
สถานภาพสมรส	√	√	√	X	√	√	X	√	√
ระดับการศึกษา	√	√	√	X	√	√	√	√	√
อาชีพ	√	√	√	X	X	X	X	√	√
รายได้	√	X	√	X	√	√	√	√	√

จากตาราง 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ และอายุ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จำแนกตามสถานภาพ ในภาพรวมพบว่า สถานภาพโสดและสมรสมีระดับความสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านพนักงานให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ สถานภาพโสดและสมรสมีระดับการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน โดยสถานภาพสมรสจะมีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าสถานภาพโสด

เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า อายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านพนักงานให้บริการ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 20-30 ปี มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 31-45 ปี ส่วนด้านพนักงานให้บริการ ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี มีระดับการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่า ผู้ที่มีอายุ 31-45 ปี ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จำแนกตามระดับการศึกษาในภาพรวมพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระดับการ

ตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ ในการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านพนักงานให้บริการ มีระดับการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีระดับสูงกว่าปริญญาตรี ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการ ในการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ที่ระดับความสำคัญทางสถิติ 0.05

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจใช้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

ผู้ที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท มีระดับการตัดสินใจต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับการตัดสินใจในด้านราคาน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ และมีระดับการตัดสินใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่าอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านไม่ได้ประกอบอาชีพ มีระดับการตัดสินใจต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจในการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ดังนั้นจึงให้สถิติการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

การทดสอบรายคู่ของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านพนักงานให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท , 20,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอมีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป

ผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ด้านพนักงานให้บริการมีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ด้านกระบวนการให้บริการมีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท , 20,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอมีระดับการตัดสินใจน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท , 15,001-20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป

ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านพนักงานให้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านพนักงานให้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

ผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านพนักงานให้บริการน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป

5.1.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี



จากตาราง 5.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด และด้านเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด และด้านเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด และด้านเพศหญิง ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงมากที่สุด และด้านเพศหญิง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปีใช้บริการกำจัดขนมากที่สุด ด้านอายุ 20-30 ปีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด ด้านอายุ 31-45 ปีใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด และด้านอายุ 46 ปีขึ้นไปใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด และด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาทมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ทุกช่วงอายุส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปีส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด อายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด อายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด และอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุด ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) มากที่สุด และด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านอายุ 31-45 ปี ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด และด้านอายุ 46 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ทุกช่วงอายุชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรีใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ทั้งสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด และด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ทั้งสถานภาพโสดและสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ทั้งสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.)

มากที่สุดจำนวน 138 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า สถานภาพโสด ส่วนใหญ่ใช้บริการ ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด และด้านสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง มากที่สุดจำนวน 224 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ทั้งสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ทั้งสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าทุกระดับการศึกษาใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาท มากที่สุด และด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ

2-3 ครั้งมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุด ด้านระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด และด้านระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง มากที่สุดจำนวน 224 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่มิมีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่มิชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรงผมมากที่สุดจำนวน 222 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผมมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด ด้านอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด และด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริม

บุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ทุกอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวน 230 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้บริการ ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านอาชีพแม่บ้าน/พอบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเช้า (10.00-12.00 น.) มากที่สุด และด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงบ่าย (12.01-16.00 น.) มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง มากที่สุดจำนวน 224 คน เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ด้านอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านอาชีพแม่บ้าน/พอบ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด และด้านอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ค่าราคาบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ทุกอาชีพส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ใช้ บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านตัด-แต่งทรง ผมนมากที่สุดจำนวน 222 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่ใช้บริการ ตัด-แต่งทรงผมนมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุดจำนวน 185 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด และด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-1,000 บาทมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุดจำนวน 181 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่ใช้บริการเนื่องจากต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุดจำนวน 230 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่ใช้บริการเดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุดจำนวน 138 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด และด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) มากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาที่ใช้บริการสถานเสริมความงาม พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุดจำนวน 224 คน เมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มี

ระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มี
 ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มี
 ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มี
 ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด ด้านรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มี
 ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด และด้านรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มี
 ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
 ชำระค่าบริการด้วยวิธีใด พบว่า ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุดจำนวน 385 คน เมื่อ
 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่ชำระค่าบริการด้วยเงินสดมากที่สุด



5.1.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เพื่อจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อใช้ในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงเป้าหมายมากที่สุด โดยสามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5,000-10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร เพียรธนาภักย์ (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีต่อการเลือกคลินิกความงามในห้างสรรพสินค้า เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80 อายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชนและผู้ให้บริการส่วนใหญ่สถานภาพโสด

5.1.2.2 การตัดสินใจใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจกับคุณภาพของการให้บริการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพลิน ลืออดุลย์ (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการจากสถานเสริมความงามด้านผิวพรรณของนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปัจจัยภายนอกด้านส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญพฤติกรรมการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ คุณภาพบริการ ซึ่งแสดงว่าผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีที่สุดในการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงาม

ด้านราคา ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจกับมีราคาคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สิปปศิณี บาเรย์ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต ในด้านราคา พบว่า ร้านสปาควรมีการกำหนดราคาอย่างเหมาะสม เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการมากที่สุด ซึ่งแสดงว่าผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีจะคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการก่อนการเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามเสมอ ซึ่งสถานเสริมความงามควรกำหนดราคาที่ยุติธรรมและเหมาะสมกับการบริการของตน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจกับตำแหน่งที่ตั้งของสถานเสริมความงามที่มีกรให้บริการขนส่งมวลชน หรือสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย กนกวรรณ ทองรัตน์ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีในจังหวัดสระบุรี ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด แสดงว่า ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามที่สะดวกในการเดินทางมากที่สุด

ด้านส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจกับการให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ เช่น ส่วนลดหรือบริการเสริมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สิกานต์ บำรุงศรี (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีความคิดเห็นต่อการให้ส่วนลดเมื่อใช้บริการเป็นคอร์สหรือไปใช้บริการหลายคน การใช้ส่วนลด เช่น ใช้บริการครบ 10 ครั้ง แถม 1 ครั้ง การได้ส่วนลดเมื่อถือบัตรสมาชิกของที่หนึ่งที่ใด เช่น ให้ส่วนลดสำหรับสมาชิก AIS Card อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แสดงว่าสถานเสริมความงามควรมีแผนการจัดการลูกค้า มีการเก็บข้อมูลประวัติ เพื่อใช้เป็นโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้า

ด้านพนักงานให้บริการ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจกับการให้ข้อมูลและสามารถตอบข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย บุศรา จิระเกษมสุข (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามพศศักดิ์คลินิกของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ควรมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้บริการมากที่สุด แสดงว่าผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีต้องการใช้บริการสถานเสริมความงามที่มีพนักงานที่ได้รับการฝึกฝน

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีมี

ระดับการตัดสินใจกับขั้นตอนการให้บริการที่ปลอดภัย และมั่นใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรี รัตน์ (2552:124) ที่ได้กล่าวถึงกระบวนการ (Processes) หมายถึง ขั้นตอนในการจัด จําหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการซึ่งจะต้องถูกต้องรวดเร็วเป็นที่พอใจในความรู้สึกของผู้ใช้บริการ สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี แสดงว่าผู้ให้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอ เมืองนนทบุรีต้องการเข้าใช้สถานเสริมความงามที่มีขั้นตอนการให้บริการที่เชื่อถือได้ หรือได้รับการ รับรองจากองค์กรที่ตรวจสอบด้านอนามัยต่างๆ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขต อำเภอเมืองนนทบุรีมีระดับการตัดสินใจกับร้านที่มีความสะอาดและเรียบร้อยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัย วชิษฐ อุทาสิน (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สถานเสริมความงามของลูกค้าในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพนั้น สถานเสริมความงามจะต้องมีมุมพักผ่อน มีความสะอาด อากาศ ถ่ายเทได้ดีและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีแสงสว่างที่เหมาะสม แสดงว่าผู้ให้บริการสถานเสริม ความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีจะเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามที่มีภาพลักษณ์ดี สะอาด และมีการจัดวางเครื่องมืออย่างเป็นระเบียบ



5.1.2.3 พฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

พฤติกรรมผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการตัด-แต่งทรงผม มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท ต้องการใช้บริการสถานเสริมความงามเพื่อเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจ ส่วนใหญ่ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือนในช่วงเย็น (16.01-19.00น.) ซึ่งใช้เวลาในการรับบริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง และชำระค่าบริการด้วยเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิดา ซาลาประวรรตน์ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่กานต์สิริคลินิกย่านสะพานควาย กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการส่วนมากมารับบริการเพื่อบำรุงรักษาผิวพรรณ และเสริมบุคลิกภาพ ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการต่อครั้งโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1,000 บาท ความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการในช่วงเย็น (16.00-20.00น.) นิยมชำระค่าบริการด้วยเงินสด

เหตุผลที่ใช้บริการสถานเสริมความงามส่วนใหญ่ต้องการเสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ในลำดับขั้นที่ 3 ความรักและความเป็นเจ้าของ มนุษย์ต้องการที่จะรู้สึกเป็นเจ้าของและถูกยอมรับ ไม่ว่าจะอยู่ในระดับกลุ่มสังคมใหญ่ เช่น สโมสร องค์กร หรือความสัมพันธ์ทางสังคมเล็กๆ เช่น ครอบครัว คู่ชีวิต เป็นต้น มนุษย์ต้องการที่จะรักและถูกรักจากคนอื่น เพราะฉะนั้น มนุษย์จึงพยายามกระทำการที่สามารถทำให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของสังคมอยู่เสมอ เช่น การปรับปรุงนิสัย การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ เป็นต้น

5.2 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

5.2.1 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีให้ความสำคัญในด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด เพราะฉะนั้นสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จึงควรคำนึงถึงความสะดวก ขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้ามากที่สุด เช่น การแสดงขั้นตอนการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน มีการจัดลำดับการให้บริการก่อน-หลัง เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า

5.2.2 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีให้ความสำคัญในด้านพนักงานให้บริการมากเป็นอันดับ 2 เพราะฉะนั้นสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี ควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความกระตือรือร้นและมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างดี

5.2.3 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอมากเป็นอันดับ 3 ซึ่งสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี ควรคำนึงถึงบรรยากาศภายในร้าน เช่น การจัดวางเครื่องมือและอุปกรณ์ให้เป็นระเบียบ และรักษาความสะอาด

5.2.4 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ที่ 5,000-10,000 บาท สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จึงควรกำหนดราคาที่เหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใช้บริการได้สะดวกและบ่อยยิ่งขึ้นตามกำลังซื้อของผู้บริโภค

5.2.5 ผลการวิจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า การทำธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีนั้น ควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีการให้บริการขนส่งมวลชน และใกล้กับแหล่งอำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือศูนย์การค้า เป็นต้น

5.2.6 ผลการวิจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการพบว่า สถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี ควรคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในร้านและคุณภาพการให้บริการลูกค้า

5.2.7 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น-วัยเริ่มทำงาน (20-30 ปี) สถานเสริมความงามสามารถทำสื่อหรือการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อกระจายข่าวสารของร้านได้เนื่องจากจะสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ดีที่สุด และประหยัดค่าใช้จ่าย

5.2.8 ผลการวิจัยด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการประจำ เพราะฉะนั้นสถานเสริมความงามควรมีการจัดการด้านข้อมูล ผู้ใช้บริการ เพื่อเก็บบันทึกประวัติการใช้บริการของลูกค้า และสามารถนำมาใช้ในการวางแผนจัดโปรโมชั่น หรือจัดทำแผนธุรกิจในแต่ละปี

5.2.9 ผลการวิจัยลักษณะผู้ใช้บริการแยกตามธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แต่ละประเภท



ตาราง 5.4 ลักษณะผู้ใช้บริการแยกตามธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี แต่ละประเภท เรียงตามลำดับผู้ใช้บริการมาก-น้อย

อันดับที่	ประเภทสถานเสริมความงาม	เพศ	อายุ	สถานภาพสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
1	ตัด-แต่งทรงผม	หญิง	1. 20-30 ปี 2. 31-45 ปี 3. 46 ปีขึ้นไป	โสด	1. ป.ตรี 2. ต่ำกว่าป.ตรี 3. สูงกว่าป.ตรี	1. ชรก./รัฐวิสาหกิจ 2. ลูกจ้าง/พนง.บริษัท 3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	1. 5,000-10,000 บ. 2. 10,001-15,000 บ. 3. 20,001-30,000 บ.
2	ทำเล็บ	หญิง	1. 20-30 ปี 2. 31-45 ปี 3. 46 ปีขึ้นไป	โสด	1. ป.ตรี 2. ต่ำกว่าป.ตรี 3. สูงกว่าป.ตรี	1. ลูกจ้าง/พนง.บริษัท 2. ชรก./รัฐวิสาหกิจ 3. -นักเรียนนักศึกษา - ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	1. 5,000-10,000 บ. 2. 15,001-20,000 บ. 3. 20,001-30,000 บ.
3	กำจัดขน	หญิง	1. 20-30 ปี 2. ต่ำกว่า 20 ปี 3. 31-45 ปี	โสด	1. ป.ตรี 2. ต่ำกว่าป.ตรี 3. สูงกว่าป.ตรี	1. ลูกจ้าง/พนง.บริษัท 2. นักเรียนนักศึกษา 3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	1. 5,000-10,000 บ. 2. ต่ำกว่า 5,000 บ. 3. 15,001-20,000 บ.
4	ขัด-พอกผิว	หญิง	1. 20-30 ปี 2. 31-45 ปี 3. 46 ปีขึ้นไป	โสด	1. ป.ตรี 2. สูงกว่าป.ตรี 3. ต่ำกว่าป.ตรี	1. ชรก./รัฐวิสาหกิจ 2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 3. ลูกจ้าง/พนง.บริษัท	1. 30,000 บาทขึ้นไป 2. 10,001-15,000 บ. 3. 20,001-30,000 บ.
5	แต่งหน้า	หญิง	1. 31-45 ปี 2. 20-30 ปี 3. 46 ปีขึ้นไป	โสด	1. ป.ตรี 2. ต่ำกว่าป.ตรี 3. สูงกว่าป.ตรี	1. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 2. -นักเรียนนักศึกษา - ลูกจ้าง/พนง.บริษัท - ชรก./รัฐวิสาหกิจ - แม่บ้าน/ไม่มีอาชีพ	1. 5,000-10,000 บ. 2. -10,001-15,000 บ. -15,001-20,000 บ. 3. 30,000 บาทขึ้นไป

จากตาราง 5.4 สถานเสริมความงามที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือ ตัด-แต่งทรงผม รองลงมา เป็นร้านทำเล็บ, ร้านกำจัดขน, ร้านขัด-พอกผิว และร้านแต่งหน้า ตามลำดับ ซึ่งผู้สนใจประกอบธุรกิจสถานเสริมความงามหรือผู้ประกอบการธุรกิจสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี สามารถนำข้อมูลที่ได้นี้ไปกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และจัดทำแผนธุรกิจได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะสามารถลดต้นทุนในด้านการทำวิจัยตลาด และลดระยะเวลาในการจัดทำแผนธุรกิจได้เป็นอย่างดี

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.1 งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีที่เลือกใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาให้ครอบคลุมในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ครอบคลุมและสามารถวิเคราะห์การตลาดในจังหวัดนนทบุรีได้อย่างถูกต้อง

5.3.2 ควรเพิ่มการวิจัยตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลต่อการใช้บริการสถานเสริมความงาม เช่น การรับรู้และการเรียนรู้ของผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี เพื่อให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ให้ตรงเป้าหมายได้มากขึ้น

5.3.3 ควรมีการวิจัยข้อมูลผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีทุกๆ ปี เพราะพฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรีเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็วจากปัจจัยอื่นๆ มากมาย เช่น เศรษฐกิจของประเทศ เทคโนโลยีใหม่ๆ และการคมนาคม เพื่อให้ข้อมูลสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเสริมความงามมีความถูกต้องและทันสมัย

5.3.4 ควรมีการวิจัยข้อมูลผู้ใช้บริการสถานเสริมความงามในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี แต่ละประเภท และเจาะจงลงไปในธุรกิจแต่ละประเภท เพื่อให้ผลการวิจัยมีความชัดเจนมากขึ้น เช่น การวิจัยธุรกิจร้านตัด-แต่งทรงผม การเลือกผลิตภัณฑ์มาใช้ภายในร้าน การตกแต่งภายในร้าน การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ภายในร้าน การดูแลเอาใจใส่ผู้บริการของร้าน เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ทองรัตน์ (2555) **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี**. การค้นคว้าแบบอิสระ การตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. **ฐานข้อมูลธุรกิจ**. [ออนไลน์].
วันที่ค้นข้อมูล 16 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก :
<http://knowledgebase.dbd.go.th/DBD/Main/login.aspx/>
- กิตติมา ทิพรรัตน์ (2550) **พฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพังงา**. การค้นคว้าแบบอิสระ การตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- กัลยา วานิชย์บัญชา. **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552
- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** [ออนไลน์]. วันที่ค้นข้อมูล : 15 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก :
<http://msci.chandra.ac.th/econ/lessons1.htm/>
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชซิง, 2558
- ฉัตยาพร เสมอใจ. **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2549
- ชลิดา ชาลาประวรรตน์ และคณะ (2556) **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการที่กานต์สิริคลินิกย่านสะพานควาย กรุงเทพมหานคร**. รายงานผลการวิจัย วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ธุรกิจของศาสตร์แห่งความอ่อนเยาว์. **ความหมายของธุรกิจความงามและธุรกิจสปาความงาม**. [ออนไลน์]. วันที่ค้นข้อมูล 15 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก :
<http://aging-younger.com/?p=1642/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บริษัท เพอร์เฟ็คท์ แพลน ซัพพลาย จำกัด (2547) **ประเภทธุรกิจเสริมสวย**. โครงการศึกษาวิจัยธุรกิจบริการสู่ตลาดโลก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- บุศรา จิระเกษมสุข (2555) **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามพศ์ ศักดิ์คลินิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระ การตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ปณิศา มีจินดา. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร, 2553
- พิมพ์ร ลีลาพรพิสิฐ. **เครื่องสำอางเพื่อความสะอาด**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2544
- พันธุ์พิมล จีวรตานนท์ (2551) **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระ วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ไพลิน ลีอออดุลย์ (2550) **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการจากสถานเสริมความงามด้านผิวพรรณของนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. การค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. **ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค**. [ออนไลน์].
วันที่ค้นข้อมูล : 27 กุมภาพันธ์ 2558 เข้าถึงได้จาก :
http://elearning.nsrj.ac.th/web_elearning/advertising/chapter2.html
- วชิษฐ์ อุทาลิน และคณะ (2554) **พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามของลูกค้าในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร**. รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547
- ศศิธร เพียรธนาภักย์ (2553) **ปัจจัยของผู้บริโภคต่อการเลือกคลินิกความงามในห้างสรรพสินค้า เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระ วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บรรณานุกรม (ต่อ)

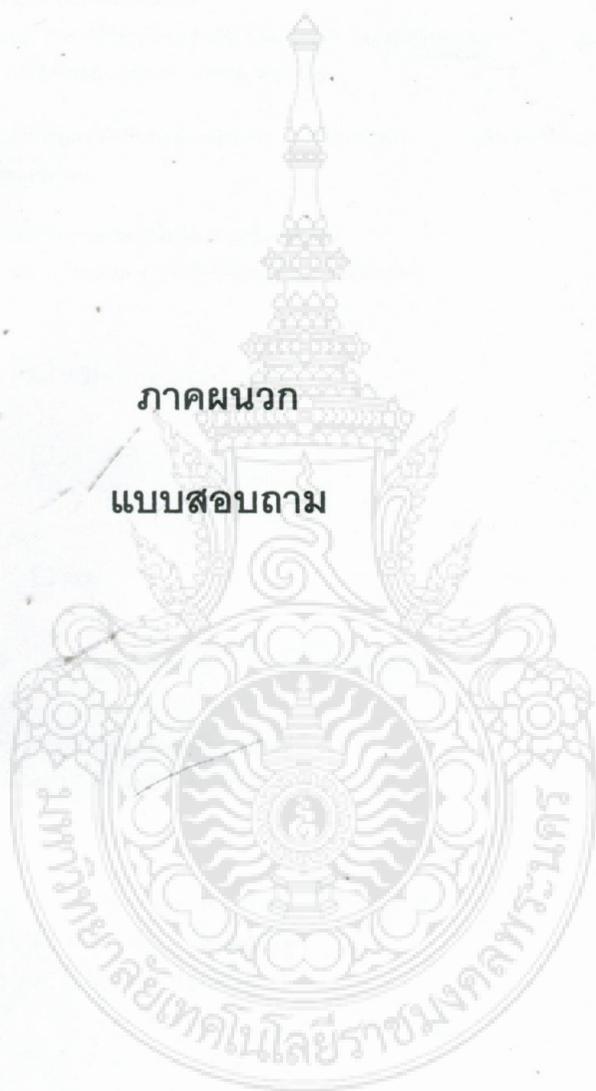
- สมเกียรติ ตังนโม. **ปรัชญาศิลปะตะวันตกทฤษฎีความงาม-สุนทรียศาสตร์แบบยูโร**
เซนทริค (ตอนที่ ๑). [ออนไลน์]. วันที่ค้นข้อมูล 16 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก :
<http://www.artgazine.com/shoutouts /viewtopic.php?t=151/>
- สีกานต์ บำรุงศรี (2550) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจให้บริการสปา**
เพื่อสุขภาพและความงามในย่านถนนสีลมของผู้บริโภค. การค้นคว้าแบบอิสระ
 การตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ลีปปติณี บาเรย์ (2555) **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทย**
ของนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. การค้นคว้าแบบอิสระ การตลาด
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- สุภาภรณ์ พลนิกร. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : โอเอสติก พับลิชชิ่ง, 2548
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี. **สถานที่สำคัญจังหวัดนนทบุรี.** [ออนไลน์]. วันที่ค้น
 ข้อมูล 15 มกราคม 2558 เข้าถึงได้จาก : <http://nonhaburitour.com/home>
- สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. **ข้อมูลจังหวัดนนทบุรี.** [ออนไลน์]. วันที่ค้นข้อมูล 15 มกราคม 2558
 เข้าถึงได้จาก : <http://www.nonthaburi.go.th>
- Christopher D, Green. (2000). A Theory of Human Motivation. Psychological Review 50(4)
 (1943) : 370-96. Retrieved From [http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/
 motivation.htm](http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm)
- Philip Kotler, Thomas Hayes, Paul Bloom. **Marketing Professional Services.**
 New Jersey : Prentice Hall, 2002

ภาคผนวก



ภาคผนวก

แบบสอบถาม



**การตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงาม
ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี**

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก คือ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงาม

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภค

โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปประกอบการทำวิทยานิพนธ์ค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ : กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยเลือก ตัวเลือกที่ตรงกับคุณสมบัติของท่าน

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 45 ปี
<input type="checkbox"/> 46 ปีขึ้นไป		
3. สถานภาพสมรส

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
------------------------------	-------------------------------
4. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี
---	------------------------------------	---
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท
<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	
<input type="checkbox"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	
6. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 5,000 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยทางการตลาดที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงาม

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
- ชื่อเสียงของสถานเสริมความงามเป็นที่ยอมรับ					
- สถานเสริมความงามมีการบริการหลากหลายให้เลือกใช้บริการได้ครบครัน					
- สถานเสริมความงามที่มีหลายสาขาให้บริการได้อย่างทั่วถึง					
- สถานเสริมความงามใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี					
- สถานเสริมความงามมีการจดทะเบียนการค้าอย่างถูกต้อง					
- สถานเสริมความงามได้รับรางวัลหรือการรับรองด้านการบริการจากองค์กรหรือผู้เชี่ยวชาญ					
2. ด้านราคา					
- มีราคาคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ					
- ราคาเหมาะสมหรือถูกกว่าเมื่อเทียบกับสถานเสริมความงามอื่นๆ ในระดับเดียวกัน					
- มีการแสดงราคาให้ผู้ใช้บริการเห็นอย่างชัดเจน					
- มีราคาให้เลือกหลายระดับตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
- สถานเสริมความงามควรตั้งอยู่บนเส้นทาง หรือ ถนนที่สามารถเดินทางไปใช้บริการได้สะดวก และปรับเปลี่ยนเส้นทางได้ตามความเหมาะสม (เส้นทาง ถนน)					
- สถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีการให้บริการขนส่งมวลชน เช่น BTS, MRT รถประจำทาง เป็นต้น หรือสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวได้					
- สถานเสริมความงามควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ธนาคาร, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ตลาดสด, ร้านอาหาร เป็นต้น					

4. ด้านส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด					
- มีการโฆษณาร้านอย่างต่อเนื่อง					
- มีการลดราคา แจกของที่ระลึก หรือให้บริการพิเศษตามเทศกาลพิเศษ เช่น ชินปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น					
- ให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการประจำ เช่น ส่วนลดหรือบริการเสริมพิเศษ					
- มีการแจกคูปองส่วนลด/คูปองทดลองใช้ฟรี เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ทดลองใช้บริการที่ไม่เคยใช้มาก่อนหรือผู้ที่คาดว่าจะมาเป็นลูกค้าในอนาคตได้มีโอกาสทดลองใช้บริการ					
- มีการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram ในการแจ้งข่าวสารให้ผู้ใช้บริการทราบถึงความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ					
5. ด้านพนักงานให้บริการ					
- พนักงานให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย					
- พนักงานให้บริการมีความสะอาด มีมารยาท มีอัธยาศัยดี					
- พนักงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ					
- พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน สามารถตอบข้อสงสัยของผู้ใช้บริการได้					
6. ด้านกระบวนการให้บริการ					
- มีขั้นตอนการให้บริการที่คล่องตัว ไม่ซับซ้อน					
- ให้บริการรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน					
- มีมาตรฐานการให้บริการ มีตัวล้าดับก่อน-หลัง					
- มีขั้นตอนการให้บริการที่ปลอดภัย มีน้ใจได้					
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและการนำเสนอ					
- การตกแต่งภายในร้านที่โดดเด่น และเหมาะสม					
- ร้านมีความสะอาดและเรียบร้อย					
- บรรยากาศภายในร้านปลอดโปร่งสบาย ไม่รู้สึกอึดอัด					
- เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ภายในร้านดูทันสมัย					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานเสริมความงามของผู้บริโภค

คำแนะนำ : กรุณาเลือก ตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบ และความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น

1. ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามด้านใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ตัด - แต่งทรงผม	<input type="checkbox"/> แต่งหน้า
<input type="checkbox"/> ทำเล็บ	<input type="checkbox"/> กำจัดขน
<input type="checkbox"/> ขีด - พอกผิว	
2. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณเท่าไร

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 500 บาท	<input type="checkbox"/> 500 - 1,000 บาท
<input type="checkbox"/> 1,001 - 1,500 บาท	<input type="checkbox"/> 1,500 บาทขึ้นไป
3. ท่านต้องการเข้าใช้บริการสถานเสริมความงามเพราะเหตุใด

<input type="checkbox"/> ตามแฟชั่น ดาราศิลปินที่ชื่นชอบ	<input type="checkbox"/> เสริมบุคลิกภาพและช่วยเพิ่มความมั่นใจ
<input type="checkbox"/> มีงานพิธีสำคัญ	<input type="checkbox"/> ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน
<input type="checkbox"/> ตกแต่งร้านได้สวยงาม ทันสมัย	<input type="checkbox"/> ช่างมีฝีมือ มีความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับ
<input type="checkbox"/> สะดวกใกล้บ้านที่ทำงาน	<input type="checkbox"/> มีอัตราค่าบริการเหมาะสม
<input type="checkbox"/> มีจุดรองรับ	
4. ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามกี่ครั้งต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2 - 3 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 4 - 6 ครั้ง	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ครั้ง
5. ท่านใช้บริการสถานเสริมความงามในช่วงเวลาใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ช่วงเช้า (10.00 - 12.00 น.)	<input type="checkbox"/> ช่วงบ่าย (12.01 - 16.00 น.)
<input type="checkbox"/> ช่วงเย็น (16.01 - 19.00 น.)	<input type="checkbox"/> ช่วงค่ำ (19.01 - 21.00 น.)
6. ในแต่ละครั้งท่านใช้เวลาในการใช้บริการสถานเสริมความงามนานเท่าไร

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	<input type="checkbox"/> 1 - 2 ชั่วโมง
<input type="checkbox"/> 2 - 4 ชั่วโมง	<input type="checkbox"/> 4 - 6 ชั่วโมง
<input type="checkbox"/> 6 ชั่วโมงขึ้นไป	
7. ท่านชำระค่าบริการด้วยช่องทางใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสด	<input type="checkbox"/> ชำระด้วยบัตรเครดิต
---	---

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามในการสละเวลาอันมีค่าของท่านครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายภัทรเดช วิบูลย์จันทร์
วัน เดือน ปี เกิด 25 มกราคม พ.ศ.2530
ภูมิลำเนา 209/193 หมู่ 3 ต.พิมลราช อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บริหารธุรกิจบัณฑิต (ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ - พัฒนาซอฟต์แวร์)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนต์พระนคร	2552
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมนต์พระนคร	2550
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาการบัญชี	โรงเรียนโยนออฟอาร์ค เทคโนโลยี	2548
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน		
2553 – ปัจจุบัน	ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมความงาม กรีน เอสเซ็นส์	
2552 – 2553	แผนกบุคคล บริษัท โตโยต้า เค.มอเตอริส จำกัด	